

**DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA POR MEDIOS ONLINE**

**JAIME BEDOYA BECERRA
CARLOS ANDRÉS TOBAR VILLEGAS**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
DEPARTAMENTO CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2006**

**DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA
COMUNICACIÓN GRÁFICA POR MEDIOS ONLINE**

**JAIME BEDOYA BECERRA
CARLOS ANDRÉS TOBAR VILLEGAS**

**Proyecto de Grado para optar por el título de:
Diseñador De La Comunicación Gráfica**

**Asesora
OLGA LUCIA HENAO
Diseñadora Visual de la Universidad de Caldas - Manizales**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
DEPARTAMENTO CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN
PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA
SANTIAGO DE CALI
2006**

Nota de aceptación:

Trabajo de grado aprobado por el Director Asignado por la división, en el cumplimiento de los requisitos exigidos para otorgar el título de Diseñador de la Comunicación Grafica

MARIO FERNANDO URIBE O.

Jurado

RICARDO CASTRO RAMOS

Jurado

Santiago de Cali, Lunes 27 de Febrero de 2006

A nuestras adorables familias y en especial a nuestros padres cuyos consejos y estímulos hicieron posible toda nuestra formación. Por ello queremos manifestar a través de esta dedicatoria todo el aprecio y cariño que les tenemos.

Muchas gracias,

Jaime Bedoya Becerra y Carlos Andrés Tobar Villegas

“El agradecimiento es la memoria del Corazón” (Lao Tse)

AGRADECIMENTOS

A través de estas breves pero sinceras líneas queremos cerrar con agrado y satisfacción esta etapa de nuestras vidas. En primer lugar queremos expresar nuestro agradecimiento a Dios, quien en todo momento ha extendido su mano para darnos apoyo y amor, para darnos la lucidez y la fortaleza para tomar las mejores decisiones e igualmente para superar todos los obstáculos del camino.

A nuestros padres y familiares queridos, agradecemos infinitamente sus consejos, su comprensión, su dirección y en general a todos esos elementos que con cariño y paciencia han hecho de nosotros los hombres que somos hoy, que nos hacen buscar cada día la verdad y el bien.

A la Universidad, por haber sido en estos últimos 5 años de carrera un modelo, una guía de formación, desarrollo profesional y personal. Por ello agradecemos a ese lugar, a ese ideal que compartió con nosotros todo el conocimiento y la sabiduría a través de su personal; que nos enseñó a ser hombres de bien, y como su mismo nombre lo indica, autónomos y responsables de nuestros actos, para así forjarnos como seres profesionales tanto íntegros como éticos.

Igualmente a estos agradecimientos queremos anexar algunos específicos, personas, que sin su intervención no hubiera sido posible la realización de este trabajo:

Mario Fernando Uribe

Director del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica
Diseñador Visual

Sonia E. Segura

Coordinadora del área de la comunicación de UAO virtual

Beatriz Eugenia Roa

Diseñadora gráfica

Mario Germán Caicedo

Diseñador gráfico

Beatriz Eugenia - “ Tiz ”

Mirella Arboleda Riascos

Canal “Animax”

Alexander Benítez

Estudiante de Ingeniería de Sistemas de la Universidad del Valle

Jaime López

Arquitecto Universidad del Valle

Tatiana Valencia

Coordinadora de JAVE virtual

Gloria Alicia Torres Arana

Diseñadora de comunicación Gráfica

Gustavo Eduardo Vivas Oliveros

Comunicador Social de la Universidad Autónoma de Occidente

Luís Fernando Londoño

Comunicador Social de la Universidad Autónoma de Occidente

“A todos nuestros compañeros que nos acompañaron a lo largo de la carrera”

CONTENIDO

| | pág. |
|---------------------------------|------|
| INTRODUCCIÓN | 19 |
| 1 PLANTEAMIENTO | 22 |
| 1.1 ANTECEDENTES | 22 |
| 1.2 FORMULACIÓN | 23 |
| 1.3 SISTEMATIZACIÓN | 24 |
| 1.4 OBJETIVOS | 25 |
| 1.4.1 Objetivo general | 25 |
| 1.4.2 Objetivos específicos | 25 |
| 1.5 JUSTIFICACIÓN | 26 |
| 2.1 MARCO REFERENCIA CONTEXTUAL | 28 |
| 2.2 MARCO TEÓRICO | 35 |
| 2.2.1 Imagen Corporativa | 35 |

| | |
|---|----|
| 2.2.2 Beneficios pertinentes para la divulgación y promoción en medios online | 38 |
| 2.2.3 Diseño gráfico en la Web | 43 |
| 2.2.3.1 Diseño equilibrado | 44 |
| 2.2.3.2 Retícula y diagramación para una página Web | 45 |
| 2.2.3.3 Equilibrio entre contenidos | 46 |
| 2.2.3.4 Teoría del Color para Web | 47 |
| 2.2.3.5 Partes de una Página | 48 |
| 2.2.3.6 Tipografía Digital | 49 |
| 2.2.3.7 Normas para incorporar elementos Gráficos y Multimediales | 52 |
| 2.2.4 Estándares Técnicos Recomendados | 53 |
| 2.2.4.1 Peso en las páginas | 53 |
| 2.2.4.2 Resolución de pantalla | 54 |
| 2.2.4.3 Estándares internacionales | 56 |
| 2.2.4.4 Pruebas de usabilidad | 56 |

| | |
|--|-----|
| 2.2.5 Teoría de la mediación y la recepción | 61 |
| 2.2.6 Divulgación de un Web Site | 62 |
| 2.3 MARCO CONCEPTUAL | 65 |
| 3.1 FASES | 73 |
| 3.1.1 Flujograma | 74 |
| 4.1 BENEFICIOS PERTINENTES PARA LA DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA CARRERA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN UN MEDIO ONLINE | 77 |
| 4.2 NAVEGABILIDAD Y USABILIDAD | 80 |
| 4.3 ANÁLISIS COMPARATIVO DE OTROS WEB SITE | 82 |
| 4.4 METÁFORA | 99 |
| 4.5 ESTRUCTURA COMPOSITIVA DEL WEB SITE | 101 |
| 5.1 GUIÓN LITERARIO | 103 |
| 5.2 GUIÓN TÉCNICO | 105 |
| 5.2.1 Home Page – Página Principal | 105 |
| 5.2.1.1 Información general | 106 |

| | |
|--|-----|
| 5.2.1.1.1 Instalaciones | 109 |
| 5.2.1.1.2 Docentes | 111 |
| 5.2.1.2 Asignaturas | 122 |
| 5.2.1.3 Calendario | 124 |
| 5.2.1.4 Trabajos | 132 |
| 5.2.1.5 Contáctenos | 132 |
| 5.2.2 Resumen del Guión técnico e StoryBoard | 133 |
| 5.2.2.1 Home Page – Página Principal | 133 |
| 5.2.2.1.1 Información General | 134 |
| 5.2.2.1.1.1 Instalaciones | 135 |
| 5.2.2.1.1.2 Docentes | 136 |
| 5.2.2.1.2 Asignaturas | 137 |
| 5.2.2.1.3 Calendario | 138 |
| 5.2.2.1.4 Trabajos | 139 |
| 5.3 INVENTARIO PREVIO DE DATOS | 140 |

| | |
|--|-----|
| 5.3.1 Archivos | 140 |
| 5.3.1.1 Matriz | 142 |
| 5.3.1.2 Menú | 142 |
| 5.4 CRONOGRAMA | 144 |
| 5.5 PROPUESTA IDEAL DE UN MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA PARA EL PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA | 145 |
| 5.6 WEB SITE DCG | 149 |
| 5.6.1 Guión de navegación o interactivo Mapa de Navegación | 149 |
| 5.6.2 Características de la propuesta del Web Site | 150 |
| 5.7 RECOMENDACIONES | 152 |
| 6 CONCLUSIONES | 153 |
| 7 BIBLIOGRAFÍA | 156 |
| 8 ANEXOS | 160 |

LISTA DE TABLAS

| | pág. |
|---|------|
| Tabla 1 - 5.2.2.1 Home – Página principal | 133 |
| Tabla 2 - 5.2.2.1.1 Programa | 134 |
| Tabla 3 - 5.2.2.1.1.1 Información general | 135 |
| Tabla 4 - 5.2.2.1.1.2 Instalaciones | 136 |
| Tabla 5 - 5.2.2.1.2 Docentes | 137 |
| Tabla 6 - 5.2.2.1.3 Asignaturas programas | 138 |
| Tabla 7 - 5.2.2.1.1.4 Pensum Completo | 139 |

LISTA DE IMAGENES

| | pág. |
|--|------|
| Figura 1 – Esquema | 57 |
| Figura 2 – Fases | 73 |
| Figura 3 - BAU, Escuela Superior De Disseny | 82 |
| Figura 4 - Academy Of Art University | 83 |
| Figura 5 - Art Center College Of Design | 84 |
| Figura 6 – CEI | 85 |
| Figura 7 - Design And Industry At San Francisco | 86 |
| Figura 8 - Escola D´Art I Superior De Disseny Valencia | 87 |
| Figura 9 - Escuela De Arte Numero 10 | 88 |
| Figura 10 – Escuela De Arte Numero 10 | 88 |
| Figura 11 – AI, The Art Institutes | 89 |
| Figura 12 – Mass Art | 90 |

| | |
|--|-----|
| Figura 13 - MCDA, Minneapolis Collage Of Art And Design | 91 |
| Figura 14 - Parsons School For Design | 92 |
| Figura 15 – Pratt | 93 |
| Figura 16 - Universidad De Bogota Jorge Tadeo | 94 |
| Figura 17 - Universidad Nacional De Colombia Sede Medellín | 95 |
| Figura 18 - Universidad Del Valle | 96 |
| Figura 19 - Bellas Artes | 97 |
| Figura 20 – Bellas Artes | 97 |
| Figura 21 – Bellas Artes | 97 |
| Figura 22 – Fundación De Academia De Dibujo Profesional | 98 |
| Figura 23 - Fundación De Academia De Dibujo Profesional | 98 |
| Figura 24 – Cronograma | 144 |
| Figura 25 – Logotipo DCG | 139 |
| Figura 26 – Mapa de Navegación | 140 |

LISTA DE ANEXOS

| | pág. |
|---|------|
| 1 Web Site para el programa Diseño de la Comunicación Grafica de la Universidad Autónoma de Occidente | 120 |
| 1 Manual de Identidad Corporativo como propuesta ideal para el programa Diseño de la Comunicación Grafica de la Universidad Autónoma de Occidente | 120 |

RESUMEN

Para la divulgación y promoción de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente por medios online es necesario cumplir con las Fases de indagación, interpretación, definición y producción.

El proyecto va orientado al aprovechamiento de los medios online debido a que en la actualidad logran atraer la atención de un gran número de público. Debido a esto Internet se convierten en una pieza esencial para la divulgación y promoción de carreras como el Diseño Gráfico.

En la creación de un material Online o Web Site, se deben tener unos puntos específicos muy en cuenta, como es el caso de los beneficios pertinentes para su divulgación y promoción.

En el desarrollo del Web Site hay que tener unos parámetros de diseño y estándares técnicos, como la teoría de color para la Web, diagramación, equilibrio, navegabilidad, usabilidad, peso, etc. Para tener un óptimo resultado.

Estos conocimientos nos ayudaran en el transcurso de la solución del problema, pero lo mas importante es tener definida una metáfora para el Web Site, puesto que ésta marca la diferencia de un Sitio online normal a uno Diseñado por un Comunicador Gráfico.

Después de encontrar una metáfora adecuada, definimos un mapa de navegación, el guión literario, el guión técnico y el inventario previo de datos para la propuesta de diseño del Web Site del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica.

Al tener la propuesta de Diseño del Web Site en la red (Internet), analizamos sus características de navegabilidad y usabilidad, en una encuesta basada del modelo realizado por el Human-Computer Laboratory de la Universidad de Maryland Estados Unidos (Es uno de los centros especializados en el estudio de las reacciones ante aplicaciones de carácter interactivo).

Logrando así como resultado final la divulgación y promoción de la carrera Diseño de la Comunicación Gráfica de la universidad Autónoma de Occidente, a nuestro grupo objetivo a través de medios online.

INTRODUCCIÓN

El Diseño Gráfico es un campo que se ocupa de la realización de mensajes visuales. Para ello, el diseñador tiene la capacidad y funcionalidad de conceptualizar, en imágenes las ideas, sentimientos, y valores que quiere expresar. Emplea desde las técnicas de reproducción gráfica tradicionales, hasta las más sofisticadas técnicas informáticas, mediante el uso de hardware y software especializado. Por ello los medios de divulgación para una carrera como Diseño Gráfico deben estar acordes al nivel de diseño que se imparte dentro de la academia, e igualmente a los avances tecnológicos en el mundo.

Dentro de los pregrados que ofrece la Universidad Autónoma de Occidente se encuentra el Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, el cual no posee una identidad visual propia, que lo haga ser altamente competitivo y atractivo para aquellos que busquen acceder a una carrera de esta índole.

Nuestra propuesta va encaminada al aprovechamiento de los medios online ya que estos actualmente logran atraer la atención de público (cibernautas). Por ello estos medios se convierten en piezas principales para la divulgación y promoción de carreras como el Diseño Gráfico.

En el mundo actual los mejores programas o instituciones de Diseño Grafico están en la cúspide por tener incorporado el Diseño y la tecnología a su favor, como es el caso de Internet y de los Web Site.

La Academia de Dibujo Profesional de Cali es un gran ejemplo del manejo adecuado de los medios y persuadir visualmente al público es. A lo largo de la ciudad y especialmente en los centros de Educación de Colegios e instituciones que ofrecen Diseño podemos encontrar carteles relacionados con tecnología y arte, los cuales muestran una creatividad en todos los medios visuales.

Lo ideal sería que el Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica superara o se pusiera al nivel en cuanto a diseño y medios de divulgación que utiliza la competencia, debido a que son medios muy llamativos y visitados que persuaden a la juventud. Lo anterior fue un análisis de una encuesta la cual se hizo en la Universidad Autónoma de Occidente con los últimos semestres del programa del 2005

Como una propuesta ideal para el desarrollo del Web Site para el Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica toma como punto de partida la creación del logotipo para el programa y posteriormente el desarrollo de las piezas de un manual de identidad corporativo hasta llegar al desarrollo del producto Web.

Al tener el Manual Corporativo y el Web Site, la Universidad Autónoma de Occidente podrá divulgar y promocionar el programa Diseño de la Comunicación Gráfica en medios masivos, para poder atraer estudiantes potenciales a la carrera y competir con las mejores instituciones de Diseño a nivel mundial.

1 PLANTEAMIENTO

1.1 ANTECEDENTES

Cuando accedemos a la página Web de la Universidad Autónoma de Occidente en busca de información sobre la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica, nos damos cuenta que solo existen unos datos muy generales sobre la carrera y sus recursos, lo cual la hace poco atractiva. Además carece de un nivel de diseño el cual no es apropiado para la carrera, dándole poca importancia a la labor en si.

La información al ser muy general dejan dudas tales como:

¿Cuál es el pensum?

¿Quienes dictan las materias y talleres?

¿Cuál es el perfil del estudiante?

¿Hay postgrados?

¿Cuales son las aptitudes más importantes para estudiar la carrera?

¿Cuál es la diferencia entre diseñador y publicista?

¿Cuál es la diferencia entre la carrera de la Universidad Autónoma con las otras universidades, institutos y academias que ofrecen la misma carrera?

¿Dónde podemos ver ejemplos, logros y trabajos de los estudiantes?

1.2 FORMULACIÓN

¿Cuáles son las características de un Web Site en cuanto a forma y contenido para la divulgación y promoción de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica por medios online?

1.3 SISTEMATIZACIÓN

- ¿Por qué y para qué hacer una página Web sobre la divulgación de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente?
- ¿Qué es una página Web?
- ¿Cuál es la metáfora apropiada para un medio online del Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente?
- ¿Cuál es la importancia de este sitio online?
- ¿Qué es html?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General: Diseñar un sitio online partiendo de la presencia de la necesidad de la carrera Diseño de la Comunicación Gráfica de la universidad Autónoma de Occidente, la cual propicie el conocimiento y facilite la divulgación sobre esta misma.

1.4.2 Objetivo Específicos:

- Diseñar una metáfora apropiada.
- Analizar la importancia de la navegabilidad y usabilidad en un Web Site de una institución educativa.
- Analizar comparativamente otros lugares online de universidades que ofrecen una carrera similar o igual.
- Seleccionar la información de texto adecuada para suplir las falencias detectadas en la página actual de Diseño de la Comunicación Gráfica del Web Site de la Universidad Autónoma de Occidente.
- Identificar la tecnología adecuada e indagar viabilidad de la tecnología en el campus de la Universidad Autónoma de Occidente.
- Estudiar lo pertinente a html y sitios online.

1.5 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, es en si misma paradójica. Esto es debido a que como carrera de Diseño, carece de su propia pagina Web y además su material promocional no es de una calidad significativa, siendo su concepto general simple y poco interesante.

La gran necesidad del programa Diseño de la Comunicación Gráfica es su divulgación y su promoción en medios online, para solucionar estas falencias hay que generar un *Top of heart* del programa en todos los estudiantes, docentes, egresados y futuros usuarios.

Lo ideal para fortalecer la imagen del programa seria crear un Manual de Identidad Corporativa con el fin de identificar el programa Diseño de la Comunicación Gráfica frente a todo el público a nivel regional, nacional y mundial. Este es un punto el cual solo se puede tocar idealmente, más no real, debido a las políticas institucionales de la Universidad Autonoma de Occidente de tener una sola imagen corporativa en general.

La creación y divulgación en un medio on-line tiene como característica actual que es un medio global el cual lo visitan personas de todo el mundo; a nivel nacional cada vez son más las personas que se internan en el mundo de la aldea global y disfrutan de sus beneficios y servicios.

Unas de las muchas personas beneficiadas con el Web Site serían los estudiantes, Docentes y egresados del programa, puesto que se mantendría en contacto e informados de todas las actividades y vanguardias relacionadas con el arte y con el Diseño, tan solo navegando por el Web Site.

Otro gran punto a tocar es que las mayorías de las escuelas o instituciones de Diseño a nivel mundial tienen su propio Web Site sin importar que pertenezcan a un organismo más grande. Al tener su propio Web Site el programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente entraría a demostrar que el Diseño Gráfico en Colombia esta a en la mira de la modernidad del diseño gráfico en la actualidad.

La persona que viva en el extranjero sentirá un mejor respaldo al investigar sobre las opciones de estudio en Cali – Colombia y poder ver información relacionada con la carrera, analizar las competencias que pueden adquirir estudiando en nuestra institución.

2.1 MARCO DE REFERENCIA - CONTEXTUAL

SINOPSIS HISTÓRICA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE

Etapas I de vida institucional, década de los años 70:

- Legalización de la Institución ante la autoridad educativa nacional, se logra sobrevivir frente a las drásticas decisiones de cierre de otras instituciones de educación superior en 1973.
- Aprobación del programa de Economía en 1975.
- Aprobación de los programas de Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Industrial e Ingeniería Mecánica 1979, inicialmente nocturnos hasta 1983.
- Creación del Fondo Pro - sede en 1979, para financiar, 16 años después, la construcción y dotación de la nueva sede.

Etapas II, década de los años 80, caracterizada por el planeamiento institucional:

- Adecuación de la estructura académica - administrativa al marco del Decreto Ley 80 de 1980, en 1980 con nueva estructura organizacional.
- Formulación de los nuevos estatutos de la Institución como Corporación Universitaria Autónoma de Occidente en 1983.

- Aprobación del Plan de Desarrollo 1983 – 1987.
- Renovación de los programas de Economía, Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Industrial e Ingeniería Mecánica por parte del ICFES en 1985 y hasta 1987.
- Obtención de la Licencia de funcionamiento para los programas diurnos de Ingeniería Eléctrica, Ingeniería Industrial e Ingeniería Mecánica en 1982 y hasta 1984.
- Obtención de la Licencia de funcionamiento para el programa de Comunicación Social - Periodismo en 1985 y hasta 1990, jornada diurna.
- Semestralización de los programas de Ingeniería desde 1988.
- Formulación de los programas de inversiones en recursos administrativos y de los programas académicos.
- Iniciación de la proyección social en el Poblado II Distrito de Aguablanca.
- Desarrollo del convenio interinstitucional SENA - FUNDES - Corporación Financiera Popular y Corporación Universitaria Autónoma de Occidente 1979 - 1982.
- Asociación al CUIDES y CIDESCO.
- Adquisición del lote de terreno para construir la Nueva Sede, 60.000 M2 con recursos del Fondo Pro- sede.

Etapas III, año 90, preparación para el nuevo milenio:

- Adecuación a la Ley 30 de 1992.
- Aprobación del Plan de Desarrollo Universitario vía año 2000 en 1993.
- Creación de las Divisiones de Humanidades y de Ciencias Básicas en 1993, consolidándose el proceso de formación en las unidades académicas.
- Aprobación del programa de Comunicación Social - Periodismo en 1990.
- Obtención de la Licencia de funcionamiento del programa de Ingeniería Electrónica en 1991.
- Aprobación por el Consejo Superior, para abrir los programas de pregrado en Ingeniería Mecatrónica (diurno) y los diurno / nocturnos de Administración de Empresas, Mercadeo y Negocios Internacionales, Contaduría Pública y Administración Ambiental a partir de 1997, inscritos en el ICFES.
- Apertura de las primeras Especializaciones a nivel de postgrado: Gestión Ambiental, Internacionalización de la Economía y Comunicación Organizacional en 1995.
- Equipamiento tecnológico en multimedia e Internet en 1995; adquisición de modernos equipos y software para Laboratorios y programas académicos.

- Reforma estatutaria en 1993 y formulación del estatuto de Bienestar Universitario en 1993.
- Diseño y construcción de la sede Valle del Lili desde 1997, inauguración en junio de 1999.
- Fortalecimiento de la función de investigación, con sus líneas de investigación y creación de la Vicerrectoría de Investigaciones y Desarrollo Tecnológico en 1997.
- Iniciación del trámite de solicitud de reconocimiento como Universidad en 1997, por razones ajenas a la Institución, se aplazó el proceso.
- Creación del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo en 1999.

Etapas IV, siglo XXI

- Aprobación y puesta en ejecución del proyecto académico de la Institución en el 2002.
- Fortalecimiento de la función de la proyección social y su nueva organización en el 2001.
- Desarrollo de las NTIC'S dentro de los procesos de docencia presencial y virtual desde 2000.

- Fortalecimiento del proceso de internacionalización de roles universitarios.
- Fortalecimiento del proceso de autoevaluación académica.
- Fortalecimiento del componente prospectivo en el proceso de planificación institucional vía año 2015: La Autónoma del Futuro.
- Apertura del programa de Ingeniería Biomédica con registro calificado 2003.
- Obtención de los registros calificados para los programas de Ingeniería: Eléctrica, Electrónica, Mecánica, Industrial y en trámite los de Mecatrónica, Producción e Informática, 2003.
- Reactivación del proceso de solicitud de reconocimiento como Universidad finales del 2002.
- Reforma de la Estructura Orgánica 2003.
- Reforma de Estatutos 2003.
- Formulación del Plan de Investigación 2003.
- El Gobierno Nacional reconoce a la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente con el carácter Académico de Universidad. En el nuevo carácter académico, la Institución se denomina UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE. Resolución No 2766 del 13 de Noviembre del 2003.

- Equipamiento tecnológico en multimedia e Internet en 2004; adquisición de modernos equipos y software para Laboratorio de Multimedios (sala G5).
- Primera promoción de graduados de Diseñadores de la Comunicación Gráfica en 2004

El siguiente marco Contextual es tomado de la página Web actual del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, con el fin de mostrar la poca información que contiene:

PROGRAMA ACADÉMICO DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Jornada Diurna

Registro SNIES: 183047410607600111100

Título que otorga: Diseñador de Comunicación Gráfica

Duración: 10 Semestre(s)

Perfil Profesional

El Diseñador de la Comunicación Gráfica de la Autónoma es un profesional que diseña mensajes visuales como marcas, formatos, editoriales, carteles, señalización y empaques, entre otros. Está en capacidad para diseñar este tipo de mensajes y expresar en imágenes los conceptos, sentimientos y valores que un cliente quiere comunicar

En el Diseño de la Comunicación Gráfica se utilizan dos clases de técnicas, las tradicionales que tienen relación con el uso del lápiz, la pluma y el rotulador; y las informáticas que se desarrollan mediante el uso de diferentes programas de diseño. Estas últimas son de intensiva formación en la Universidad Autónoma.

Como Diseñador de la Comunicación Gráfica te podrás desempeñar como diseñador de tu propia empresa o como parte del equipo creativo de otras, en las especialidades de Tipografía, Marca, Identidad Visual Corporativa, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Diseño de Señalética, Diseño (Graficación) de Empaque y Embalaje, Diseño de Cartel, Diseño de Web Site e Ilustración y Diseño de Multimedia.

Perfil Ocupacional

El Diseñador de la Comunicación Gráfica, tendrá las condiciones académicas necesarias para procurarse una educación holística, que le permita desempeñarse en la ejecución de los diversos procesos con los que la actividad se posiciona actualmente en la dinámica social de nuestro medio.

Procesos de investigación

Realizando estudios de evaluación en los campos del diseño de Tipografía, Marca, Identidad Corporativa, Editorial, Cartel, Publicitario, Señalética, Graficación de Empaques y Web Site, mediante el análisis del campo social al que se dirige. Desarrollando teoría que amplíe y fundamente saberes y quehaceres referidos a la disciplina.

Diseño de Proyectos Gráficos Produciendo propuestas de diseño en los diferentes campos temáticos (se mencionan en el ítem anterior). Coordinación de Producción de Medios Gráficos realizando la contratación de Servicios Profesionales.

Coordinando las diversas fases de preproducción, producción y post-producción gráfica. Validando mediante grupos de aplicación y control sus propios diseños, como garantía de funcionalidad práctica y estética.

2.2 MARCO TEORICO

2.2.1 Imagen Corporativa: La imagen corporativa debe reflejar la personalidad de una empresa, se puede definir como “un conjunto de símbolos o propiedades que reflejan la identidad de una institución o compañía, la identifica por quien es y por la actividad a la que se dedica, y lo más importante aún; la diferencia de su competencia¹”.

El éxito y la efectividad de la imagen corporativa están basados, en gran parte, en la coherencia que exista entre el concepto y el mensaje visual que se quiere mostrar y con lo que se identifica.

Como dice Joan Costa presidente de CIAC en su libro Identidad Corporativa²: “ya no es posible seguir entendiendo la Identidad Corporativa como una cuestión de

¹ CAPRIOTTIP. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel, 1999. p. 120.

² COSTA, Joan. Identidad Corporativa, CEAC. Barcelona: Barcelona, 1998. p. 10.

logotipos y la imagen como un problema de relaciones públicas”. Para tener éxito en la imagen corporativa se debe tener en cuenta lo siguiente:

- **Quienes somos y qué hacemos**

En este ítem definimos nuestra identidad con unas preguntas básicas pero claves:

¿Somos una empresa grande, una pequeña o familiar?

¿A qué estamos dedicados: servicios, educación, ventas o industria?

- **Cultura Corporativa**

La cultura corporativa son los valores que queremos transmitir tanto al exterior como en el interior de nuestra institución, tenemos que tener claro cómo queremos que el público nos conozca: serios, juveniles, tradicionales o modernos.

- **La imagen**

La imagen representa visualmente toda la esencia de nuestra empresa: logotipos, manuales corporativos, símbolos y colores corporativos, entre otros. El entorno que nos rodea, es decir, oficinas, equipamiento, telefonía, POP, etc.

La imagen de una empresa debe mostrarse en todas las áreas de la misma:

- Comunicación: ya sea interna o externa, folletos, catálogos, revistas de empresa, Internet, boletines, papelería comercial, administrativa, sobres, cartas, faxes, etc.
- Productos o servicios: información de productos, presentaciones, etiquetas, aplicación de marca, adhesivos, etc.

- Entorno: decoración interior, señalización, stands, oficinas, uniformes del personal, tarjetas de identificación, etc.
- Personal: lenguaje verbal para recepción, atención al cliente, estilo en cartas, etc.

- **El Logotipo**

La creación de un nombre lo identifica, cómo es y qué es, y lo que lo denomina, quien es. El logotipo es la firma de la empresa y visualmente es muy importante para darse a conocer ante un público definido y en general.

Un logotipo puede formarse de uno a dos elementos: texto e icono (Por texto se entiende el nombre de la empresa utilizado comercialmente formado por una o varias palabras).

Entendemos por icono al componente ilustrado que resuelve la composición del conjunto.

Las limitaciones en la creación de un logotipo son las propias características del mismo, su conceptualización, en otras palabras. Una forma de elegir elementos gráficos para un logo es optar por aquellos que eviten características opuestas a las que se buscan.

- **Papelería Corporativa**

Cuando se habla de papelería, nos referimos a sobres, papel de carta, facturas, albaranes, carpetas, tarjetas de visita y todo el material que se emplea para la comunicación en las tareas ofimáticas de la empresa.

Los elementos de papelería son los que suelen tomar contacto más continuo y directo con el cliente. Cada vez que el cliente abra una carta o revise el correo, identificará nuestra imagen gráfica y toda la información aplicada en la misma

Todos y cada uno de estos elementos tienen una doble función: su aplicación en comunicación y reforzamiento en la imagen corporativa.

2.2.2 Beneficios pertinentes para la divulgación y promoción en medios online: Según Cordeiro³ la tercera revolución de la humanidad es la "Revolución de la inteligencia"; él comenta que se trata de una nueva era donde la importancia está concentrada en el capital humano, el único capaz de tomar la información que recibe para transformarla en conocimiento y darle aplicación (Inteligencia). Esta es una nueva etapa para la humanidad que se fundamenta en los grandes avances tecnológicos logrados por el hombre en las últimas décadas, pero sin duda la gran invención que encaminó la revolución de la inteligencia no es física sino más bien virtual, no tiene nada que ver con el hardware sino con el software. Esa invención

³ CORDEIRO, José Luis. Benesuela Vs. Venezuela: El Combate Educativo del Siglo. Caracas, Venezuela: Ediciones CEDICE, 1998. p. 51

es la World Wide Web, WWW o simplemente la telaraña de información global como la suelen llamar.

Definitivamente Internet es el fenómeno que logró revolucionar al mundo y que aún deja mucho por decir. Precisamente, Internet ha cambiado y mejorado diversos procesos, ha logrado unir al mundo y representa sin duda alguna una oportunidad para nuevas creaciones y generaciones. Respecto a esto, Bill Gates, (Citado por Cordeiro⁴) asegura que "La nueva tecnología ofrecerá a las personas un nuevo medio de expresarse. La autopista de la información abrirá oportunidades artísticas y científicas jamás soñadas a una nueva generación de genios."

Así mismo, se reconoce a nivel de historia que Internet ha logrado imponerse con mayor rapidez en comparación con la forma como lo hicieron en su momento la escritura y la imprenta. También, la Web está acompañada de un ritmo de cambios acelerado y, aparentemente, sin interrupciones. De tal modo, que sus alcances son también ilimitados y bajo la sombra de estas afirmaciones parece que actualmente, quien no se incorpora a la Red navega contra la corriente del éxito.

En este sentido, Flores Vivar y Miguel Arruti⁵, señalan que "En los albores de las nuevas comunicaciones digitales, la sociedad se convierte realmente en una

⁴ CORDEIRO, José Luis. Benesuela Vs. Venezuela: El Combate Educativo del Siglo. Caracas, Venezuela: Ediciones CEDICE, 1998. p. 58

⁵ FLORES VIVAR, Jesús y ARRUTI, Miguel Alberto. Ciberperiodismo. Madrid, España: Ediciones 2010, 2001. p. 27

pequeña aldea. El concepto de distancia, de lejanía, no tiene razón de ser en esta nueva sociedad. El medio Internet nos permite acercarnos en cuestión de nano segundos o micro segundos a sitios y lugares virtuales y recabar información que antes sólo se lograba con gran esfuerzo. Internet crece cada vez más y el mundo analógico se hace cada vez más pequeño, convirtiéndose en una aldea digital, en una sociedad informatizada."

En pocas palabras, la nueva etapa de la historia humana se caracteriza por términos como informático, digital, electrónico, virtual, computarizado; tiene como único protagonista a la Web: una Red de redes (La mayor red de ordenadores del mundo) a libre disposición a individuo que por ejemplo cuente con los instrumentos mínimos necesarios para estar conectado, un Modem y una cuenta de Internet.

En un mundo donde la tecnología es cada vez mayor, los medios de comunicación social no escapan a formar parte de ese ambiente de "infinita globalidad". Inclusive, desde la Sociología y la Comunicología se establecen, hace ya un tiempo, las relaciones de Internet con los Medios de Comunicación Social. Para algunos, Internet puede ser, tal vez, un nuevo medio de comunicación de masas, con una capacidad y potencia inigualables; pero para otros, los más cercanos al mundo periodístico, la Web es mucho más que un medio de comunicación, es un gran soporte para los medios masivos tradicionales y ofrece para ellos diversas oportunidades y desafíos.

Cuando hablamos de medios de comunicación de masas, hacemos referencia a instrumentos que permiten la emisión de un mismo mensaje, al mismo tiempo, a

una gran cantidad de personas; Internet, por su parte, es mucho más que eso, debido a que un mismo mensaje lo podemos enviar al mismo tiempo a una gran cantidad de personas, pero no todas las personas sabrán de él al mismo tiempo – si se trata de un email cada quien lo leerá al revisar su Bandeja de Correos, y así mismo cada persona tendrá en sus manos la decisión de leerlo o no.

De esta manera, al igual que los correos los contenidos de un Sitio Web están al alcance de todos, pero cada persona puede buscar entre toda la información que se le ofrezca sólo la que le resulte interesante. La gran diferencia de Internet, es que si bien es de alcance masivo, (sin duda el medio de mayor alcance masivo en cuanto a espacio territorial) es totalmente personalizado y permite una interacción entre emisores y receptores jamás experimentada anteriormente, tal como lo señala Pablos⁶ "...Internet es un medio de comunicación lo mismo que lo es un quiosco de prensa o las calles de la malla urbana que utilizamos para acceder al punto donde expenden el diario cada mañana."

La diferencia de Internet con los medios tradicionales es que representa una nueva etapa de la humanidad y se fundamenta justamente en las características únicas que posee la Web como un potente canal para las comunicaciones. Precisamente, desde el punto de vista comunicacional.

Algunas comparaciones con el medio impreso por ejemplo, es que en los sitios de Internet las notas se consignan en varios intervalos distintos, es como leer cualquier noticia en o dato en tiempo real, actualizado cada vez que sucede algo

⁶ PABLOS, José Manuel. La Red es Nuestra. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, 2001. p. 236

nuevo, sin límites en la extensión del texto informativo (cosa que no ocurre con el impreso el cual está sujeto a la disponibilidad de papel y presupuesto) y por qué no, acompañado no sólo de fotografías sino de imágenes en video y grabaciones de sonido.

La inmediatez que muchos aplauden en la radio es igualada e incluso algunas veces superada en la Web. Al respecto Marta Ferrero ⁷ dice que "Una de las ventajas más importantes es que las noticias llegan más pronto por Internet que con el medio impreso, ya que su canal de transmisión es la red mundial y el hecho de contar con un agente material permanente -la computadora- ahorra tiempos de transporte y riesgos de incomunicación que sí enfrenta el medio impreso." Igualmente, la información en la red es oportuna, está al alcance y disponible inmediatamente y puede ser actualizada cuantas veces sea necesario.

Otra peculiaridad es la simultaneidad, porque quien accede a Internet puede consultar varios sitios a la vez y hacer su libre monitoreo sobre ellos. Esta posibilidad en radio y televisión es aún inexistente, pues todavía no es posible sintonizar más de un canal de TV, o una señal de radio, a la vez.

Las peculiaridades de Internet son tan infinitas como sus capacidades, además que sería una osadía afirmar que de la Red ya se ha descubierto y se ha dicho todo. Ahora bien, es cierto que diversas características le diferencian de los medios de comunicación tradicionales, pero la particularidad más notoria y reconocida es la Interactividad: Los medios tradicionales son unidireccionales, el

⁷ FERRERO BARBERÁ, Marta. Internet y los Portales como Nuevo Espacio para los Medios de Comunicación [en línea]. Argentina, 2005. [Consultado 13 Noviembre 2005]. Disponible en: <http://www.Las5w.com.ar>

mensaje que transmiten es recibido por el público y allí termina el proceso (sólo existen casos aislados de algún lector, oyente o televidente que establezca comunicación posterior), En todo caso, la comunicación en los medios tradicionales apenas llega a ser bidireccional. En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser utilizado igualmente por emisor y receptor.

Algunas especialidades que hacen que Internet sea un fenómeno en cuanto a comunicación es que es interactiva, universal, simultánea, inmediata, integradora, libre, gratis, actualizable y personalizada

2.2.3 Diseño gráfico en la Web: El diseño gráfico de una página Web es tan solo una parte del diseño de la misma, ya que, además, hay que tener en cuenta y considerar un conjunto de condicionantes y conceptos que van a limitar un poco la libre creatividad del diseñador, para crear un Web Site con una buena usabilidad y navegabilidad.

En primer lugar, las páginas Web se descargan de un servidor Web remoto por medio de Internet, por lo que el ancho de banda de las conexiones de los usuarios va a ser un factor clave e importante en la velocidad de visualización. La mayoría de las personas hoy en día se conectan con un módem, con velocidades teóricas de 56 Kbps.

Los elementos gráficos, ya sean en formato de mapa de bits o vectorial, suelen traducirse en ficheros de bastante peso, dependiendo del tamaño de la imagen y del formato en que se guarde. Esto genera que las páginas que contienen en su diseño muchas imágenes, o pocas pero de un gran tamaño, tarden mucho tiempo en ser descargadas desde el servidor Web y presentadas en la ventana del ordenador del usuario, el cual no suele ser muy paciente.

“Un estudio realizado por un despacho de diseño especializados en páginas Web, demuestran que el tiempo máximo que una persona espera la descarga de una página suelen ser de unos 10 segundos. Pasado este tiempo el usuario prefiere abandonar el sitio Web y buscar otro más rápido. Por lo tanto, el número de elementos gráficos que se pueden introducir en una página Web queda bastante limitado, teniendo que buscar alternativas como el buen uso de fuentes y colores”.⁸

2.2.3.1 Diseño equilibrado: El ser humano, tanto por su carácter racional como por herencia cultural, tiene la cualidad de organizar y asociar los elementos que percibe y encuentra en su entorno.

La agrupación de los elementos gráficos y textuales pueden basarse en diferentes criterios, pero especialmente en cuatro:

⁸ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com>

- **Proximidad:** Agrupar objetos cercanos entre sí.
- **Semejanza:** Agrupar elementos iguales o parecidos.
- **Continuidad:** Agrupar aquellos elementos que tienen una continuidad significativa.
- **Simetría:** Agrupar elementos que aparezcan ordenados formando figuras conocidas.

En el caso las páginas Web, las agrupaciones son muy útiles y necesarias, sobre todo en los elementos similares o de funcionalidad análoga, como componentes de menús de navegación, íconos, datos relacionados, botones, etc.

2.2.3.2 Retícula y diagramación para una página Web: Un diseño gráfico para la Web debe ser equilibrado en contenidos, y también visualmente, hasta el punto que podemos decir que el orden de la disposición de los elementos es uno de los factores más importantes para su éxito final.

Un gran ejemplo es un usuario o un espectador que mira un folleto, un cartel, o cualquier pieza gráfica. Él en su subconsciente busca un orden y una seguridad que le permitan ver de forma organizada y limpia el diseño del lugar.

Tomando de referencia un artículo de la página desarrolloweb⁹: “El sistema plano de referencia habitual en los seres humanos es el formado por un eje horizontal y otro vertical, es decir, por dos rectas que se cortan en un ángulo de 90°. En este sistema, el eje horizontal aporta equilibrio y estabilidad, mientras que el vertical facilita la elevación de la vista, marcando prioridades o niveles en la composición”

Una retícula es un sistema de referencia formado por diferentes líneas horizontales y verticales que marcan la ubicación de elementos y zonas en una composición gráfica, las cuales no forman parte del diseño.

“Si la distribución sigue un reticulado acorde y lógico, la página que resulta de ello tiene un 50% de posibilidades de tener un éxito seguro¹⁰”

2.2.3.3 El equilibrio entre contenidos: El contenidos de los elementos en cualquier diseño en general deben ser equilibrados si queremos tener la atención del usuario y mantenerlo hasta que haya asimilado el mensaje que queríamos transmitirle.

Los diseños que contienen muchos elementos gráficos y poco contenido textual son rechazados por los usuarios que buscan un contenido específico. El contenido textual es muy importante en todas las páginas Web, debido a que los usuarios acuden a un sitio buscando siempre algún tipo de información que les interese.

⁹ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com/03>

¹⁰ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com/04>

Así mismo, los diseños que sólo tienen un contenido textual y ningún elemento gráfico, son rechazados por los usuarios, ya que una composición de estas se encuentra tremendamente aburrida y tediosa (saturación visual).

Por estas razones en la creación de una páginas Web hay que analizar muy bien los tipos de contenidos que vamos a tener que diseñar, debido a que los elementos se pueden aumentar considerablemente (sonidos, animaciones, vídeo, Textos, descargas, aplicaciones de Java, etc.).

2.2.3.4 Teoría del color en la Web: "Está demostrado que los nueve primeros segundos en los que una persona contempla una página Web son muy importantes. De ellos depende que el usuario continúe navegando por el sitio Web o nos abandone" ¹¹

En cuanto a los contrastes que pudimos observar en la Web durante un análisis de navegación sobre otras páginas Web relacionadas con Diseño, el más usado es el fondo blanco y texto negro, puesto que es el más eficiente para conseguir un contraste óptimo. Los fondos negros o muy oscuros pueden dar un buen contraste con casi cualquier color de texto que sea bien manejado.

Según Laura Lemay:¹² "La mayoría de los ordenadores de los que disponen los usuarios de Internet actualmente trabajan con millones de colores y con monitores de altas prestaciones. La mayoría de la gente dispone ya de avanzadas tarjetas

¹¹ Estructura organizacional de Web Estilo [en línea]. Argentina, 2005 [consultado Noviembre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.webestilo.com>

gráficas, con memorias de hasta 64 megas, que desarrollan un trabajo de millones de texels” (el téxel es un elemento de textura, es a los gráficos 3D lo que el píxel es a los gráficos bidimensionales).

Como pudimos observaren en la página desarrolloweb¹³, Los diseñadores Web dependemos a la hora de mostrar nuestras páginas de unos programas específicos, los navegadores o browsers, que son los encargados de presentar en pantalla el contenido de las páginas que llegan desde el servidor mediante el protocolo http.

Estos programas, Parten la gran diferencia a la hora de trabajar, debido a que interactúan con el sistema operativo en el que corren, lo que origina al final un confusión que hace que los colores de nuestras páginas varíen según el ordenador usado. Debido a todo esto, los millones de colores de los que se disponen para trabajar quedan reducidos a tan sólo unos pocos a la hora de diseñar páginas Web.

El sistema operativo identifica tres colores básicos, a partir de los cuales construye todos los demás, mediante un proceso de mezcla por unidades de pantalla (pixels); estos colores son los que conocemos como RGB.

¹² LEMAY, Laura. Aprendiendo HTML 4 para web en una semana. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998. p. 215

¹³ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com /07>

2.2.3.5 Partes de una página: Todos los elementos de una página Web deben desempeñar una función precisa, que debe corresponder con su peso visual dentro de la página.

La mayoría de las páginas se pueden dividir en cuatro partes fundamentales, las cuales se explicarán a continuación:

- El cuerpo de página: es en el que figura toda la información que queremos transmitir y comunicar al usuario. Los colores dominantes para esta parte deben permitir una lectura de contenidos clara y amena, así como una perfecta visualización de sus elementos gráficos.
- El dintel se localiza por costumbre en la parte superior de la página, y en él suele ir el logotipo diferenciador de la página. Es importante la presencia de un logotipo, ya que crea un signo de continuidad y de identidad en cada página, mostrando al visitante rápidamente dónde se encuentran
- El menú de navegación es el elemento más interactivo de una página, facilitando al usuario una rápida navegación por todo el contenido del sitio Web.
- El pie de página es el elemento menos importante de la página, de tal forma que muchos diseñadores no lo tienen en cuenta. Este debe tener como característica ser muy ligero y suele llevar enlaces, enlaces de correo o accesos a servicios que proporcione nuestro sitio Web.

2.2.3.6 Tipografía Digital: Citando nuevamente la página desarrolloweb¹⁴: “La aplicación de la informática a la impresión, al diseño gráfico y, posteriormente, al diseño Web ha revolucionado el mundo de la tipografía y ha sido necesario rediseñar muchas de las fuentes ya existentes para su correcta visualización y lectura en pantalla, haciendo que se ajusten a la rejilla de píxeles de la pantalla del monitor”.

La tipografía digital permite interletrar y diseñar caracteres superior y con mayor fidelidad que el tipo metálico, permitiendo manejar fácilmente las diferentes fuentes y sus posibles variantes en tamaño, grosor e inclinación.

“Otro importante avance en la tipografía digital vino de la mano de la compañía Apple, que lanzó el sistema de *fuentes TrueType*, basado también en la definición matemática de las letras, lo que permite un perfecto escalado de las mismas, sin efectos de dientes de sierra, de forma similar a lo que ocurre en los gráficos vectoriales”¹⁵.

Las principales familias tipográficas incluidas en los sistemas operativos Windows son: Abadi MT Condensed Light, Arial, Arial Black, Book Antiqua, Calisto MT, Century Gothic, Comic Sans MS, Copperplate Gothic Bold, Courier New, Impact, Lucida Console, Lucida Handwriting Italic, Lucida Sans, Marlett, News Gothic MT, OCR A Extended, Symbol, Tahoma, Times New Roman, Verdana, Webdings, Westminster y Wingdings. A estas hay que añadir las instaladas por otras

¹⁴ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com/08>

¹⁵ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com/09>

aplicaciones de Microsoft, como Andale Mono, Georgia y Trebuchet MS. Por su parte, entre las tipografías incluidas en el sistema operativo MacOS podemos encontrar: Charcoal, Chicago, Courier, Geneva, Helvetica, Monaco, New York, Palatino, Symbol y Times.

Las fuentes tipográficas diseñadas para sistemas de impresión tradicionales están pensadas para ser reproducidas en alta resoluciones y generalmente se visualizan mal en las pantallas de los ordenadores, sobre todo en pequeños tamaños, ya que sus formas no han sido creadas para ser reproducidas en una pantalla de baja resolución.

Este importante factor ha hecho necesario la creación de fuentes especiales para ser visualizadas en cualquier monitor y fácilmente legibles en condiciones de baja resolución, Como por ejemplo las siguientes fuentes que se nombran a continuación: Verdana, Tahoma (sans serif) y Georgia (serif).

Las fuentes diseñadas para pantalla presentan la desventaja de que, al estar diseñadas para un tamaño determinado, no es posible redimensionarlas de forma correcta, apareciendo los trazos verticales y horizontales que las componen distorsionados.

“Un Mac trabaja por defecto a una resolución de 72 ppp (pixels por pulgada), por lo que en él existe una equivalencia exacta entre punto y píxel, cosa que no ocurre en un PC con Windows, cuya resolución de trabajo por defecto es de 96 ppp.”¹⁶:

¹⁶ Estructura organizacional de Web estilo [en línea]. Argentina, 2005 [consultado Noviembre 2005]. Disponible en Internet:[http:// www.webestilo.com](http://www.webestilo.com)

Macintosh: 12 pt --- 12 px

PC: 12 pt --- 16 px

En conclusión, los usuarios de Macintosh verán las fuentes más pequeñas que los de PC.

2.2.3.7 Normas para Incorporar Elementos Gráficos y Multimediales: En el diseño de un Web Site hay que tener muy en cuenta los elementos que lo componen, debido a que su peso puede afectar todo el desempeño de la página cuando sea solicitada por los usuarios.

El primer paso, es optimizar el peso de las imágenes, éstas se deben bajar al máximo posible; para no tener que reducir el número de colores disponibles y la resolución (72 dpi es la norma).

El segundo paso es el de ofrecer plug-ins cuando se utilizan archivos multimediales que requieren el uso de programas visualizadores. Lo más recomendado es poner el programa para ser bajado u ofrecer un enlace a lugares donde obtenerlo, como es el caso de Flash Placer.

El tercer paso es utilizar código HTML estándar, no mejorado para un visualizador en especial.

Un cuarto paso es probar el sitio con las diferentes versiones de sistemas operativos y sistemas visualizadores de páginas; especialmente hacerlo con versiones de Microsoft Internet Explorer, Netscape Communicator, Mozilla, Opera y Safari.

Por último hay que asegurarse de que el sitio puede ser visualizado de alguna forma cuando no se cumplen ciertas condiciones mínimas, por ejemplo, cuando se usan versiones antiguas de un programa visualizador que no soporta las nuevas características del lenguaje HTML.

2.2.4 Estándares Técnicos Recomendados: Las normas recomendadas para diseñar un sitio Web con una perfecta accesibilidad, están mencionadas a continuación:

2.2.4.1 Peso en las Páginas: Los sitios Web deben tener un peso máximo permitido por página que no supere una cantidad razonable de kilobytes (kb) que impidan su visualización. En este sentido, lo razonable dependerá directamente del tipo de sitio que se esté desarrollando y de la conexión con la que cuente la mayor parte de los usuarios.

Uno de los grandes problemas que hay que tener en cuenta es que la mayoría de los usuarios *NO* están dispuestos a esperar todo el tiempo que se demora una página Web en bajar completamente.

Como lo más probable es que la paciencia de los usuarios se agotará más rápido que su deseo por acceder a la página que tarda en desplegarse, es necesario preocuparse de que el tamaño de las páginas siempre tienda a bajar y no a aumentar.

“Las normas indican que un usuario no esperará más de:
5 segundos para que aparezca algo visible en la pantalla
10 segundos para que aparezca algo legible en la pantalla
30 segundos hasta hacer un click hacia otra parte del sitio o hacia otro sitio¹⁷”

Así mismo, existen otros factores que no pueden ser medidos y que contribuyen a reducir la velocidad de la conexión, como son la congestión en la red, interferencias electromagnéticas, etc., que también afectan al resultado final.

2.2.4.2 Resolución de pantalla: En cualquier Pc o Macintosh los navegadores presentan una interfaz, en su modo estándar, mostrando una o más barras superiores, una barra inferior y un espacio principal, la ventana, en el que son presentadas las páginas Web.

Las formas de estas ventanas son siempre rectangulares, pero su tamaño varía, dependiendo del monitor.

¹⁷ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com/info02>

La mayoría de las pantallas manejan dos tamaños diferentes:

- Tamaño absoluto: es el tamaño "real" de la ventana del monitor, medido generalmente en pulgadas. Depende del monitor.
- Resolución o tamaño relativo: esta viene determinada por el número de pixels que se muestran en la ventana del monitor, siendo el píxel la unidad mínima de información que se puede presentar en pantalla, de forma generalmente rectangular.

“En cuanto a la resolución, los valores más comunes en los Pc o Macintosh son de: 800 x 600 y de 1024 x 768 pixels, aunque aun hay usuarios que trabajan por debajo, a 640 x 480, y otros por encima a esas resoluciones, por ejemplo la mayoría unos diseñadores que manejan la resolución de 1152 x 864 y 1280 x 960 pixels para poder visualizar todas las herramientas de los programas de Diseño Grafico”¹⁸.

“El tamaño absoluto y la resolución de pantalla deben estar en proporción para una visualización correcta.

- Pantallas de 14" - 15": La resolución máxima apreciable es: 800 x 600
- Pantallas de 17": La resolución máxima apreciable es: 1024 x 768

¹⁸ Estructura organizacional de Desarrollo Web [en línea]. España, 2005 [consultado octubre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.desarrolloweb.com/info03>

- Pantallas de 21": La resolución máxima es a partir de: 1115 x 864"¹⁹

Es muy importante la resolución de pantalla en la forma de visualizar las páginas Web del navegador. A mayor resolución se pueden ver o trabajar más puntos de información y elementos en pantalla

2.2.4.3 Estándares Internacionales: Además de las buenas prácticas basadas en la experiencia, la tecnología Web cuenta con un conjunto de estándares que deben ser respetados para obtener un Web Site perfecto.

La entidad encargada del tema es el Word Wide Web Consortium²⁰ que se encarga de velar por las mejores páginas Web en la tecnología y por hacer avanzar los estándares y que los programas visualizadores cumplan efectivamente con mostrar lo que el lenguaje HTML permite construir.

2.2.4.4 Pruebas de Usabilidad: Todo proyecto Web debe tener en cuenta la experiencia que vivirá el usuario al navegar por sus páginas (A ese concepto se le conoce como experiencia del usuario), el objetivo siempre será encontrar lo que está buscando de modo simple, de tal manera que regrese al sitio y le cuente a otros sobre su contenido y funcionalidades.

Para conseguir lo anterior, es necesario hacer un trabajo muy bueno en lo que se

¹⁹ LEMAY, Laura: Aprendiendo HTML 4 para web en una semana. México 1998: Prentice-Hall Hispanoamericana, p. 220

²⁰ Estructura organizacional de W3C (en línea). USA, 2005 [consultado Julio 2005]. Disponible en: <http://www.w3c.org/>

refiere a la planificación y organización de los contenidos, como también definir cómo se van a mostrar y operar las funcionalidades.

“El Desarrollo del diagrama de interacción, es una de las metodologías más concretas para asegurar que la experiencia del usuario se está resguardando adecuadamente, es la generación de los diagramas de interacción mediante los cuales se representan gráficamente las posibilidades de acción que tiene un usuario enfrentado a tomar una decisión en un Sitio Web”²¹.

Por ejemplo, el siguiente diagrama muestra las posibilidades de reacción que tiene un Sitio Web ante el ingreso de un usuario registrado en un sitio:

Figura 1: Esquema



En este esquema (Ver Figura 1) aparecen definidas las acciones que puede realizar el usuario que accede a un sitio y la forma en que el sistema reaccionará ante su presencia.

²¹ LEMAY, Laura. Aprendiendo HTML 4 para web en una semana. México: Prentice-Hall Hispanoamericana, 1998. p. 220

Cuando se han generado las interfaces de un Sitio Web, y antes de montarla en red, es recomendable hacer una serie de pruebas que permitan asegurar que los usuarios van a entender el Sitio Web. Para lo anterior se cuenta con dos tipos de prueba, que se describen a continuación:

- **Pruebas Heurísticas:** consisten en análisis hechos por expertos respecto de las pantallas que se están ofreciendo en el sitio. Originalmente desarrolladas por Jakob Nielsen²², las diez pruebas que se incluyen dentro de la heurística han sido aplicadas universalmente y se entienden como el conjunto más adecuado para medir las características de un Sitio Web.
- **Pruebas de Usabilidad:** revisan una serie de factores con el fin de establecer si cumplen con las necesidades de los usuarios del sitio. Con esta información, es posible rehacer partes del sitio antes de la construcción o desarrollo de las piezas de software que lo integran, facilitando de esa forma la siguiente etapa de trabajo.
- **Pautas de evaluación para Web Sites**

La prueba mide si el usuario siempre sabe qué está haciendo el sistema y se revisa si existen los diferentes elementos que ayudan a esto:

- Ruta de acceso desde portada

- Marcar los enlaces visitados
- Indicación de que hay un proceso en marcha
- Similitud entre el sistema y el mundo
- Control y libertad del usuario: la prueba mide si los usuarios que se equivocan al hacer algo tienen forma de recuperarse de esos errores
- Consistencia y cumplimiento de estándares: la prueba mide si se cumplen los estándares que se usan en la Internet en el Sitio Web
- Prevención de errores
- Flexibilidad y eficiencia de uso: la prueba permite revisar si se ofrecen soluciones diferentes de acceso a los contenidos, a los usuarios novatos respecto de los expertos
- Estética y diseño minimalista: la prueba pide que los elementos que se ofrezcan en la pantalla tengan una buena razón para estar presentes.
- Jerarquías visuales: que permiten determinar lo importante con una sola mirada.
- Tamaño de imágenes: que no afectan la visión general de la información del Sitio Web

²² NIELSEN, Jacob. Use It [en línea]. USA, 2004 [Consultado 25 de Noviembre 2005]. Disponible en Internet: <http://www.useit.com/>

Pruebas tradicionales:

- Prueba Inicial: para ver cómo funciona la organización de contenidos y elementos iniciales de diseño (botones, interfaces, etc.).
- Prueba de Boceto Web: para ver si se entiende la navegación, si se pueden cumplir tareas y si el usuario entiende todos los elementos que se le ofrecen.

Los resultados de cada una de esas etapas permitirán ordenar los elementos con los que se esté trabajando en esos momentos, con el fin de atender a los usuarios y ofrecerles una experiencia a la altura de sus expectativas.

- **Sistemas para Generar Feedback**

Un Sitio Web tiene diversos sistemas para recibir feedback o retroalimentación de parte del usuario, entre las que destacamos:

- Sistemas de Correo Electrónico: permite enviar mensajes a los encargados del sitio sobre temas puntuales. La deducción básica es que todo correo que llegue a la institución debe ser respondido adecuadamente y en el menor plazo posible.
- Sistemas de Encuestas o Votaciones: permite hacer sondeos rápidos entre los usuarios del sitio acerca de temas simples.
- Sistemas de Chat: permite establecer conversaciones escritas en tiempo real con otros usuarios o con los encargados del sitio.

- Sistemas de Búsqueda: estos sistemas suministran una forma interesante de obtener feedback de parte de los usuarios, al incorporar mecanismos para la búsqueda que hacen que el Sitio Web irá registrando lo que ellos andan buscando; al revisar en forma periódica y obtener estadísticas de uso del sistema, se podrá avanzar en comprender las necesidades del usuario y de esa manera enfatizar en la información más buscada por ellos.

2.2.5 Teoría de la Mediación y la Recepción: La mediación y la recepción son un complemento importante en la propuesta del modelo comunicativo horizontal, abierto y democrático para la educación virtual, ya que es fundamental que el diseñador entienda cómo es el proceso que el usuario hace con los mensajes recibidos y como él en su papel de mediador y guía del proceso puede intervenir a través de las distintas mediaciones.

“Tomando los postulados teóricos de Guillermo Orozco²³ sobre la importancia de la recepción y la mediación en el proceso virtual. Primero es necesario entender que la recepción de mensajes es un proceso que comienza desde que el usuario toma la determinación de iniciar su proceso de búsqueda de información en la red, la asistencia voluntaria, la participación en chat o la solicitud de una asesoría presencial, pasando por el momento durante el cual realiza las interacciones y termina cuando socializa los mensajes recibidos y logra su propia construcción de sentido”.

²³ OROZCO, Guillermo. Web Sites. En: Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Número 17 (Agosto, 2005); p. 12

En otras palabras, la recepción de mensajes no se cierra al momento de recibir la información, pues se trata de un proceso donde el sujeto interactúa con sus propias mediaciones, con los contenidos y con las múltiples instituciones mediadoras.

Una de las características que hace tan popular a la Web es su facilidad para mostrar contenidos de manera gráfica y para vincular de manera fácil documentos de diferentes orígenes.

Para ello, es de suma importancia que los sitios que se construyan cumplan efectivamente con ciertas características de publicación que permitan conseguir dos objetivos muy concretos²⁴:

1. Que las páginas se desplieguen rápidamente y sin dificultades técnicas en los computadores de los usuarios
2. Que las páginas puedan ser visualizadas por los usuarios de la misma manera en que sus autores las han construido.

²⁴ OROZCO, Guillermo. Web Sites. En: Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Número 17 (Agosto, 2005); p. 12

2.2.6 Divulgación de un Web Site: El éxito inicial de la Web ha consistido en la facilidad de acceso a la información, la posibilidad de enriquecer las consultas con unos cuantos clics de ratón, la claridad de la presentación de las informaciones, y sobre todo la apertura y el reparto de los datos entre sitios separados.

Como dice Gilles Fouchard²⁵ en su libro “Como vender mas en su Web”: Para las empresas e instituciones es imposible ignorar este modelo a veces libertario, y por lo tanto, a priori, contrapuesto a cualquier gestión comercial; y sin embargo existen verdaderas oportunidades comerciales y los pioneros han cubierto el camino. La llegada de una nueva generación de internautas, mas novatos en informática, poco anclados en la cultura “ciber”, favorece a un mas este avance comercial de la Web.

Un sitio Web debe concebirse según unos principios de interacción y de personalización.

Hay que comprender que abrir o crear un sitio Web sin ninguna referenciación es como imprimir un tríptico, con un tratamiento de impresión especial, que nunca va ser distribuido.

Primero hay que distinguir las acciones de promoción que se van a llevar a cabo en el entorno tradicional y en el ciberespacio

²⁵ GILLES, Fouchard. Como vender más en su Web. Barcelona: Ediciones Gestión 2000 S.A., 2002. p. 190

Muchos diseñadores se olvidan de la promoción tradicional después de crear una página Web, como si todo fuera exclusivamente digital. Un lanzamiento de un Sitio Web requiere de la comunicación tradicional, puesto que sería una lástima no hacer constar la dirección del nuevo servicio en el material comercial del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica.

Regla numero 80 de Fouchard: No desestime la referenciación no digital; sigue siendo un medio de promoción de su servicio Web.²⁶

La comunicación online debe asociarse con diferentes acciones como en Internet como: Asociaciones con portales, Intercambio de contactos con otros sitios Web, La compra de espacio publicitario, Incluir el Sitio Web en varios motores de búsqueda (los 5 mejores que absorban mas del 50% del trafico de búsqueda en la Web)

²⁶ GILLES, Fouchard. Como vender más en su Web. Barcelona: Ediciones Gestión 2000 S.A., 2002. p. 183

2.3 MARCO CONCEPTUAL

ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line): Método de transmisión de datos a través de líneas telefónicas de cobre, que permiten velocidades de transferencia muy superiores. La transferencia de datos es asimétrica, ya que la velocidad para transferir datos desde el servidor a nuestro ordenador es mucho más rápida (1.544 Megabits/seg), que si transferimos datos desde nuestro ordenador a un servidor (128 Kilobits/seg). Mejora el rendimiento de la navegación WWW y la transferencia de ficheros desde un servidor.

Ancho de banda: Capacidad máxima de transmisión, que se mide por bits por segundo.

Animación: Acción y efecto de animar o animarse. Viveza, expresión en las acciones, palabras o movimientos.

Área De Protección: El área de protección es el área que existe alrededor del logotipo para que éste mantenga su legibilidad.

Arroba @: Carácter que separa el usuario y el dominio en las direcciones electrónicas.

Autenticación: Proceso mediante el cual se comprueba la identidad de un usuario en la red.

Bps (Bits por segundo): Unidad de medida que indica los bits por segundo transmitidos por un equipo.

Botón: En la multimedia es un elemento que al oprimirlo, nos lleva a otro escenario.

Browser (Navegador): Programa usado para visualizar documentos WWW en Internet. Los más utilizados en estos momentos son Netscape e Internet Explorer.

Chat: Sistema para hablar (mediante texto) en tiempo real con personas que se encuentran en otros ordenadores conectados a la red. En algunas versiones permite el uso de la voz.

Ciberespacio: Término utilizado frecuentemente para referirse al mundo digital creado y constituido por las redes de ordenadores, en particular por Internet.

Color: Sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de onda

Comunicación: Proceso por el cual una fuente emisora influye sobre si un sistema receptor a través de la manipulación de signos (creatividad, combinatoria, codificación) configurando mensajes y circulando estos a través de determinados canales físicos.

Connotación: Valor intuitivo de un signo o de una secuencia de signos desde el punto de vista de la interpretación, es el conjunto de resonancias y sentidos por los cuales una imagen tiene, para un individuo en un contexto dado, en valor singular. Es todo lo que una imagen puede evocar, sugerir, excitar o implicar, ya sea de una forma neta o vaga en el individuo

Cuadrado: El cuadrado es la figura geométrica formada por cuatro líneas rectas de igual longitud, denominadas lados, que forman ángulos perfectamente rectos en los puntos de unión entre ellas (esquinas a 90°).

Denotación: Es lo que una imagen explica. Reagrupa los significados colectivos y comunes (comunidad de repertorios culturales) validos para todos los individuos que utilizan un mismo lenguaje. Es la relación establecida – institucionalizada – entre el signo o la imagen y el objeto real que representa

E-mail: Abreviatura de correo electrónico.

FAQ (Frequently Asked Question): Preguntas y respuestas realizadas con mayor frecuencia, generalmente referidas a un tema específico. La recolección de este conjunto de cuestiones se suele realizar en grupos News o en listas de correos, reflejando las contribuciones de sus propios usuarios. Son un buen punto de partida para iniciarse en el estudio de algún tema.

Flash – Shockwave: Tecnica de animación adaptada a la Web y explotada por la sociedad Macromedia. Esta tecnica permite realizar objetos animados o dibujos animados.

Guión Literario: Consiste en la presentación narrativa y ordenada de las acciones y diálogos, todo ello estructurado en secuencias y dispuesto ya a ser llevado a la pantalla.

Guión técnico: El director del Web Site redacta el guión técnico señalizando los momentos concretos en los que ha decidido utilizar las distintas herramientas del lenguaje audiovisual

Halo: Circulo luminoso: Círculo de luz difusa en torno de un cuerpo luminoso.
Aureola

Home page: Es la página principal de un sitio web (web site).

HTML (HyperText Markup Language): Lenguaje utilizado para la creación de documentos de hipertexto e hipermedia. Es el estándar usado en el World Wide Web. Lenguaje de programación.

HTTP (HyperText Transmission Protocol): Protocolo para transferir archivos o documentos hipertexto a través de la red. Se basa en una arquitectura cliente/servidor.

Imagen Corporativa: o imagen global, es la imagen psicológica que una sociedad se representa mentalmente de una institución. Por consiguiente, a la imagen corporativa la configura todo el conjunto variado de actuaciones y mensajes de la institución a lo largo del tiempo.

Identidad: Cualidad de idéntico. Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.

Identidad Corporativa: Conjunto coordinado de signos visuales por medios de los cuales la opinión pública reconoce instantáneamente y memoriza a una entidad a un grupo como institución.

Iconicidad: Grado de mayor similitud entre una imagen y lo que esta representa. El concepto de iconicidad recubre el hecho de que una imagen de un objeto visual.

La inversa de iconicidad es el grado de abstracción: cuando mas abstracto es un signo en relación con lo que representa (su referente)

Iframe: Es un espacio determinado en el cual se puede cargar un HTML dentro de otro HTML.

Internauta: Navegante de Internet.

Internet: La llamada "red de redes" creada de la unión de muchas redes TCP/IP a nivel internacional y cuyos antecedentes están en la ARPANet.

Intranet: Red de uso privado que emplea los mismos estándares y herramientas de Internet.

Java: Lenguaje de programación independiente de la plataforma creado por Sun Microsystems. Está pensado expresamente para una arquitectura cliente/servidor en la que sólo es necesario intercambiar pequeñas porciones de código (llamadas Applets) que son ejecutadas por el cliente.

Listas de correo: Grupos de discusión sobre temas concretos, a los que puede suscribirse cualquier persona que disponga de correo electrónico para recibir diferentes mensajes emitidos por quienes forman parte de la lista.

Link: Hipervínculo

Login: Conectarse a un ordenador mediante una identificación de usuario y contraseña. Acción de introducir el nombre a través del teclado para acceder a otro ordenador.

Logotipo: Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto. Grupo de letras, abreviaturas, cifras, etc., fundidas en un solo bloque para facilitar la composición tipográfica. Forma de escritura característica con que se representan las nomenclaturas (razón social, nombre legal, nombre comercial, etc)

Logosímbolo: Símbolo y tipografía integrados. Imagen abstracta que proviene de las características de la marca.

Manual: Que se ejecuta con las manos. Fácil de entender. Libro en que se compendia lo más sustancial de una materia. Libro o cuaderno que sirve para hacer apuntamientos.

Mapa de Navegación (Web): Representación gráfica de la distribución de las páginas del Web Site.

Metáfora: Aplicación de una palabra o de una expresión a un objeto o a un concepto, al cual no denota literalmente, con el fin de sugerir una comparación (con otro objeto o concepto) y facilitar su comprensión;

Moderador: Persona, o grupo de personas que se dedica a moderar listas de correo y grupos de noticias (newgroups) y son responsables de decidir qué mensajes de correo electrónico pueden incorporarse a dicho grupo o lista.

Multimedia: Material digitalizado que combina textos, gráficos, imagen fija y en movimiento, así como sonido.

Navegabilidad: Calidad de navegable.

Pauta Constructiva: Es la serie de medidas y especificaciones que tiene un Losímbolo o Logotipo para su fiel reproducción.

P.O.P.: en español Material de Promoción en el Punto de Venta (PPV)

Rough: Evolución gráfica. Proceso de partes por el cual se llega a un resultado final

Signo: Es la unidad perceptible, componente de un código determinado

Símbolo: En la identidad visual, es un grafismo distintivo que posee tres clases de función: Simbólica, Identificadora y Estética

Shareware: Software de distribución pública y gratuita pero no de uso gratuito. El autor establece un período de prueba después del cual pide una cuota de recuperación.

TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol): Sistema de protocolos en los que se basa en buena parte Internet. El primero se encarga de dividir la información en paquetes en origen, para luego recomponerla en el destino. El segundo la dirige adecuadamente a través de la red.

Telnet: Es el protocolo estándar de Internet que permite la conexión a un terminal remoto.

Tipografía: Se denomina Tipografía al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes, así como al diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que las técnicas destinadas al tratamiento tipográfico y a medir los diferentes textos son conocidas con el nombre de Tipometría.

TLD (Top Level Domain): Dominios de primer orden, como .edu, .com y .es

URL (Universal Resource Locators): Sistema unificado de identificación de recursos en la red. Las direcciones se componen de protocolo, FQDN, y dirección local del documento dentro del servidor. Este tipo de direcciones permite identificar objetos WWW, gopher, ftp, etc.

User-id: Nombre de usuario. Cada usuario tiene un user-id único dentro de un nodo.
Web site : (Sitio de red) Conjunto de páginas web que forman una unidad única. Incluso se puede tener un sitio web de una sola página, y es entonces cuando página web y sitio web se usan indistintamente. Es muy común confundir los términos sitio web, página web y home page (página de casa o propia).

Virus: Programa que se duplica a sí mismo en un sistema informático incorporándose a otros programas que son utilizados por varios sistemas. Estos programas pueden causar serios problemas a los sistemas infectados. Al igual que los virus en el mundo animal o vegetal, pueden comportarse de muy diversas maneras. (Ejemplos: caballo de troya y gusano).

Web Site: Conjunto de páginas Web, documentos HTML publicados en la World Wide Web.

WWW (World Wide Web): Red mundial amplia, conocido también como: W3 ó el web. Sistema de arquitectura cliente/servidor creada por el CERN y permite la distribución y obtención de información en Internet basado en hipertexto e hipermedia. Ha sido una de las piezas fundamentales para la comercialización y masificación de Internet.

3.1 FASES (Ver Figura)

Figura 2: fases

| | Fase I | | | | Fase II | | | | Fase III | | | | Fase IV | | | |
|------------------|---|--|--|--|-----------------------------|--|--|--|-------------------------------------|--|--|--|---|--|--|--|
| | Indagación | | | | Interpretación | | | | Definición | | | | Producción | | | |
| Línea Teórica | 1.1 Aproximación a fuentes | | | | 2.1 Análisis | | | | 3.1 Definición del tipo de producto | | | | 4.1 Preproducción | | | |
| | 1.1.1 Bibliográficas 1.1.2 Personales 1.1.3 Web | | | | | | | | | | | | 4.1.1 Inventario 4.1.2 Mapa de navegación 4.1.3 Guías de estilo | | | |
| Línea Producción | | | | | 2.2 Determinantes de diseño | | | | 3.2 Idea creativa (Metafora) | | | | 4.2 Producción | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Línea Práctica | 1.2 Consignación de datos | | | | 2.3 Clasificación de datos | | | | 3.3 Sondeo | | | | 4.3 Postproducción | | | |
| | | | | | | | | | | | | | 4.3.1 Evaluación de desempeño 4.3.2 Evaluación de coherencia | | | |

3.1.1 Flujograma:

Fase 1: Indagación

1.1 Aproximación a fuentes: Es la investigación en posibles fuentes de información a las cuales hay que recurrir tales como Bibliográficas, Personales y Web

1.1.1 Bibliográficas: Búsqueda de información en libros relacionados con el tema de Web Site, Desarrollo Web, como divulgar una Web, Internet, lenguaje de programación, Marca Corporativa, metáfora, Navegación y Retroalimentación

1.1.2 Personales: Recurrir a personas con conocimiento y experiencia en el tema para que nos puedan asesorar y dar consejos

1.1.3 Web: Búsqueda de información en la World Wide Web de páginas relacionadas con el tema y proyectos Web similares al propuesto. Búsqueda en la Web para solucionar problemas de un Web Site

1.2 Consignación de datos: búsqueda y adquisición de información relacionada con el tema a desarrollar en las diferentes fuentes, como son bibliotecas, Internet etc.

Fase 2: Interpretación

2.1 Análisis: Clasificación, revisión y síntesis de la información adquirida de las diferentes fuentes de indagación.

2.2 Determinantes de diseño: Definición de las variables, ventajas, características, usabilidad que intervengan en el diseño de un sitio Web.

2.3 Clasificación de datos: Ordenar y jerarquizar la información adquirida de las diferentes fuentes de indagación.

Fase 3: Definición

3.1 Definición del tipo de producto: Precisar todas las características del producto a realizar para no tener falla alguna.

3.2 Idea Creativa (Metáfora): Generación de una metáfora clara que facilite la comprensión y navegación del material, su aplicación al estilo visual debe permitir su correcto uso y efectividad.

3.3 Sondeo: Encuestas y tendencias actuales.

Fase 4: Producción

4.1 Preproducción: Características y elementos que hay que tener antes de la producción como Inventario, Mapa de navegación, Guías de estilo, Postproducción, Evaluación de desempeño y Evaluación de coherencia

4.1.1 Inventario: listado en el que se detallan todas las propiedades del material a utilizar

4.1.2 Mapa de Navegación: Guías de usabilidad. Representación gráfica de la distribución de las páginas del Web Site.

4.1.3 Guías de estilo: esquemas de diseño a utilizar en la metáfora del Web Site

4.2 Producción: desarrollo del producto final con todos los respectivos elementos y características del Web Site

4.3 Postproducción: evaluación del producto ante un público que pruebe el producto final (navegue en la pagina)

4.3.1 Evaluación de desempeño: Pruebas técnicas y de usabilidad

4.3.2 Evaluación de coherencia: Pruebas de aceptación del público

4.1 BENEFICIOS PERTINENTES PARA LA DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DEL PROGRAMA DE DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA EN UN MEDIO ONLINE

La necesidad de una página Web para el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, surge al analizar el medio actual en que vivimos (estudiantes de Diseño Gráfico) e identificamos el gran problema que la carrera afronta con el Web Site actual, debido a la falencia de Diseño y falta de información. Para el contenido de la divulgación y promoción de la carrera de Diseño de la Comunicación Gráfica escogimos el medio “online” por sus grandes características y ventajas sobre los otros medios masivos.

A nivel de historia Internet ha logrado imponerse con mayor rapidez en comparación con la forma como lo hicieron en su momento la escritura y la imprenta. También, la Web está acompañada de un ritmo de cambios acelerado y, aparentemente, sin interrupciones. De tal modo, que sus alcances son también ilimitados y bajo la sombra de estas afirmaciones parece que actualmente, quien no se incorpora a la Red navega contra la corriente del éxito.

El fenómeno Internet se destaca particularmente porque se trata de una herramienta que facilita a las personas el rápido acceso a cantidades infinitas de información con un costo relativamente económico comparado con otras fuentes de información.

En Internet, cada individuo que accede tiene la posibilidad de comunicarse directamente con el sitio que visita, la atención es personalizada y se trata de un medio que puede ser utilizado igualmente por emisor y receptor.

Algunas especialidades que hacen que Internet sea un fenómeno en cuanto a comunicación es que es interactiva, universal, simultánea, inmediata, integradora, libre, la mayoría de la información gratis, actualizable y personalizada.

Con las afirmaciones anteriores, se puede ver que Internet se convierte en el espacio ideal para las comunicaciones del futuro y que los medios tradicionales (Los medios impresos, de radio y la TV) no tienen tantas características como la Red, aparte que en ella, se combinan fácilmente texto, fotos, audio y video.

La Web debe ser activa, fácil de leer y con apoyo gráfico porque los usuarios o cibernautas entran a buscar, a observar y por último, a leer. En Internet, todo se cuenta al instante de suceder y los pormenores se agregan según se van presentando.

Por último, una de las grandes ventajas de un sitio Web es que no depende de la disponibilidad de papel y su contenido no está limitado a márgenes de tiempo, los temas pueden tratarse con mayor profundidad porque no están sujetos a las limitaciones físicas de los medios tradicionales.

Después de escoger un medio, al cual el número de personas que acceden crece

cada día más, una propuesta ideal sería, la creación de una Identidad Visual o Corporativa para el programa Diseño de la Comunicación Gráfica, debido a que la carrera en la actualidad carece de una imagen diferenciadora por las políticas institucionales de la Universidad Autónoma de Occidente. Como dice Grahame Dowling²⁷ en su libro “strategies for developing the corporate brand”, una buena imagen corporativa genera creencias y sentimientos fijando a la institución u organizaron en la mente de los públicos.

A través de la identidad Visual o Corporativa el programa Diseño de la Comunicación Gráfica puede llegar a transmitir al público y estudiantes sus valores, servicios, calidad, innovación y su esencia fundamental con el fin de lograr un Top of Mind y Top of Heart de los usuarios actuales, futuros y de sus egresados de la carrera.

La creación ideal de un Manual Corporativo o Visual, se genera para indicar todos los parámetros de tipografía, color, disposición de logotipo, material promocional, entre otros, que ayuden a generar un impacto impecable, organizado y sobre todo que llegue al grupo objetivo que se quiere atraer y a su vez generar competencia y posicionamiento.

Según Joan Costa²⁸ presidente de CIAC, “ya no es posible seguir entendiendo la identidad corporativa como una cuestión de logotipos, la imagen como un problema de relaciones públicas y la comunicación como una actividad publicitaria.” La Identidad Corporativa, bien elaborada y gestionada, alcanza todo

²⁷ DOWLING, Grahame. Strategies for developing the corporate brand. USA: Mc Graw Hill, 2003. p. 34

²⁸ COSTA, Joan. Identidad Corporativa, CEAC. Barcelona: Barcelona, 1998. p 6

el éxito derivado de la cultura de la empresa, de la creatividad, del Diseño y la información institucional.

Al tener una imagen corporativa podremos divulgar piezas publicitarias con mayor propiedad, esto con el fin de atraer nuevas personas a la carrera y a la universidad Autónoma de Occidente, debido a que el logo estaría siempre presente en campañas publicitarias y sería una doble sugestión para las personas interesadas en ingresar a la Universidad y al programa de Diseño de la Comunicación Gráfica.

4.2 NAVEGABILIDAD Y USABILIDAD

La Navegabilidad y la usabilidad son un factor fundamental en el diseño de los Web Site y se tuvieron muy en cuenta para crear un lugar cómodo y fácilmente navegable. El usuario tiene que poder ir de un lado a otro del sitio rápidamente y sin perderse.

La navegabilidad es un elemento muy importante en todo sitio Web porque de ella depende que el usuario encuentre lo que esta buscando fácilmente y sin complicaciones, ésta debe tener unidad en cada parte del Web Site para no confundirlo. La navegabilidad es un elemento de la usabilidad que debe ser tomado en cuenta a la hora de planificar cualquier sitio Web.

Los principios básicos de la usabilidad que se tuvieron en cuando para el diseño del Web Site del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad

Autónoma de Occidente fueron:

- El Usuario tiene que saber a dónde se dirige y tener confianza en el sitio.
- Generar interés por parte del usuario para su navegación.
- No puede haber demasiados botones "volver" en el sitio, el usuario puede no saber a dónde está yendo, causando que pierda la confianza.
- Debe haber un botón el cual esta dirigido directamente a la página principal desde todas las páginas.
- Diseñar el sitio de tal manera que el usuario nunca tenga que usar los botones "Atrás" y "Adelante" del navegador más que para salir del sitio. El tener páginas perdidas, es decir, que no se comuniquen con ningún link al resto del sitio, es un gran error.
- Es bueno tener un pequeño menú de acceso rápido, éste debe ser más pequeño y llevar a lugares importantes cómo la página principal o la de contacto. No debería tener más de tres links.
- Los links deben ser visibles para que el usuario no los tenga que buscar.
- El usuario tiene que poder llegar desde cualquier parte del sitio a cualquier otra en no más de tres clics. Si se supera esa cantidad, algo no está bien. (regla de los tres clics)

4.3 ANÁLISIS COMPARATIVO DE OTROS WEB SITE

NOTA: Los análisis que se muestran a continuación se caracterizan por contener y ser opiniones personales, breves, con adjetivos calificativos, en los cuales tratamos ítems como: Diseño visual, Navegación, Diagramación, etc.

BAU, Escuela Superior de Disseny - (Ver figura 3)

Figura 3: BAU, Escuela Superior de Disseny



País: España

Estructura organizacional de la Escuela Superior de Disseny (en inea). España: BAU, Escuela Superior de Disseny, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet: http://www.baued.es/02_espanol/04publicaciones/1publicaciones.htm

Tecnología: Creada en Html y contine elementos en Flash Player

Diseño Visual: Atractivo y con imágenes cambiantes de fondo para cada opción. Manejan una unidad uniforme. Alineada al centro de la pantalla. Visualmente muy agradable por su diagramación y diseño en general

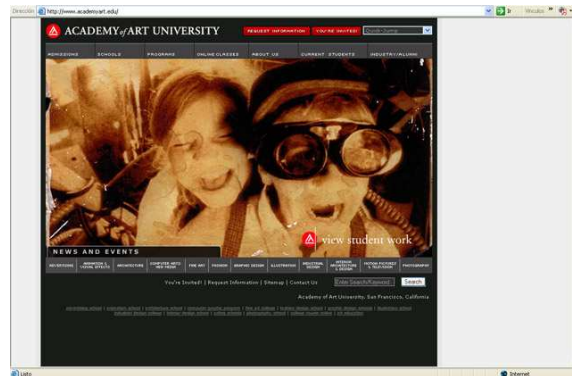
Información: La información de texto es completa y clara

Navegación: Fácil y clara

Metáfora: No la entendimos

ACADEMY OF ART UNIVERSITY - (Ver Figura 4)

Figura 4: Academy Of Art University



País: Estados Unidos

Estructura organizacional de ACADEMY OF ART UNIVERSITY (en línea). Estados Unidos: BAU, ACADEMY OF ART UNIVERSITY, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet: www.academyart.edu/

Tecnología: Creada en Html y con elementos en Fireworks

Diseño Visual: Muy Atractivo y con unas muy buenas imágenes que cambian de fondo por cada opción. Manejan una muy buena unidad y esta alineada a la izquierda. Visualmente es muy agradable por el buen manejo de las imágenes

Información: La información de texto es completa pero no es muy clara

Navegación: Fácil

Metáfora: No la entendimos

ART CENTER COLLEGE OF DESIGN - (Ver figura 5)

Figura 5: Art Center College Of Design



País: Estados Unidos

Estructura organizacional de ART CENTER COLLEGE OF DESIGN (en ineia). Estados Unidos: ART CENTER COLLEGE OF DESIGN, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet: <http://www.artcenter.edu/>

Tecnología: Creada en Html

Diseño Visual: Manejan una buena unidad en general, además de utilizar colores vivos y planos. Es una página demasiado larga que genera scroll. La diagramación esta basada en 4 columnas Visualmente es agradable pero muy monótona

Información: La información de texto es completa y clara

Navegación: Fácil

Metáfora: No la entendimos

CEI - (Ver figura 6)

Figura 6: Cei



País: España

Estructura organizacional del CEI (en inea). España: CEI, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet: <http://www.cei.es/>

Tecnología: Creada en Html y con elementos en Flash Placer, además de un elemento en 3D

Diseño Visual: Manejan una buena unidad en general, además de utilizar colores planos y un fondo en blanco el cual muestra una gran área limpia

Información: La información de texto es completa y clara. Visualmente es muy agradable por su iconografía

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

DESIGN AND INDUSTRY AT SAN FRANCISCO - (Ver figura 7)

Figura 7: Design And Industry At San Francisco



País: Estados Unidos

Estructura organizacional de DESIGN AND INDUSTRY AT SAN FRANCISCO (en línea). Estados Unidos: DESIGN AND INDUSTRY AT SAN FRANCISCO, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet:

<http://www.sfsu.edu/~daiwww/>

Tecnología: Creada en Html y con elementos en Flash Player

Diseño Visual: Tiene buena unidad entre las páginas en general, utiliza colores planos y llamativos que contrastan con el fondo. Un diseño de estructura muy limpia, además de funcional

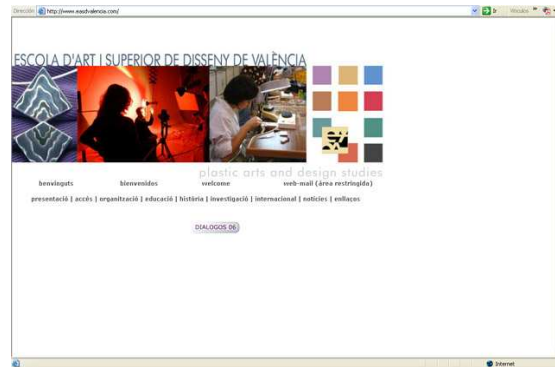
Información: La información de texto es buena

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY VALENCIA - (Ver figura 8)

Figura 8: Escola D'Art I Superior De Disseny Valencia



País: España

Estructura organizacional del ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY VALENCIA (en línea). España: ESCOLA D'ART I SUPERIOR DE DISSENY VALENCIA, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet:

<http://www.easdvalencia.com/>

Tecnología: Creada en Html y con elementos en Flash Player

Diseño Visual: Tiene una muy buena unidad en general, utiliza imágenes acertadas y la opción de varios idiomas. Visualmente es muy interesante por su diseño limpio y diagramación compacta

Información: La información de texto es buena

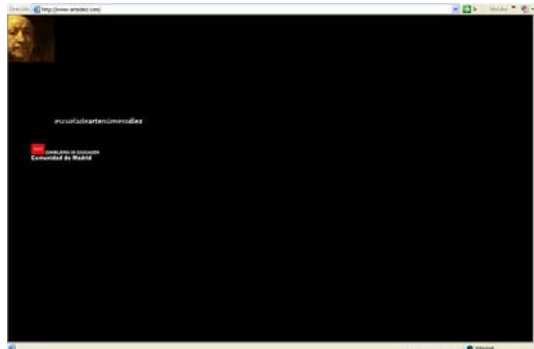
Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

ESCUELA DE ARTE NUMERO 10 - (Ver figura No. 9 y 10)

Figura 9: Escuela De Arte Numero 10

Figura 10: Escuela De Arte Numero 10



País: Madrid, España

Estructura organizacional del ESCUELA DE ARTE NUMERO 10 (en Línea).

España: ESCUELA DE ARTE NUMERO 10, 2006 (consultado 25 Enero, 2006).

Disponible en Internet: <http://www.artediez.com/home.htm>

Tecnología: Creada en Html

Diseño Visual: Utiliza imágenes acertadas. Tiene un contraste entre páginas, el index es negro y el resto de interiores son blancos. No maneja una unidad, pero es un diseño muy agradable. Visualmente muy atractivo por los contrastes utilizados

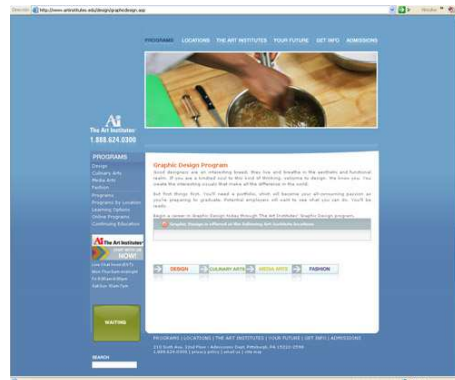
Información: La información de texto es completa

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

AI, THE ART INSTITUTES - (Ver figura 11)

Figura 11: Ai, The Art Institutes



País: Estados Unidos

Estructura organizacional de AI, THE ART INSTITUTES (en línea). Estados

Unidos: AI, THE ART INSTITUTES, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet: <http://www.aii.edu/>

Tecnología: Creada en Flash

Diseño Visual: Utiliza imágenes llamativas pero no muy acertadas. Tiene uniformidad en todas sus páginas y muy buen manejo en el color. Visualmente es atractivo por su diagramación

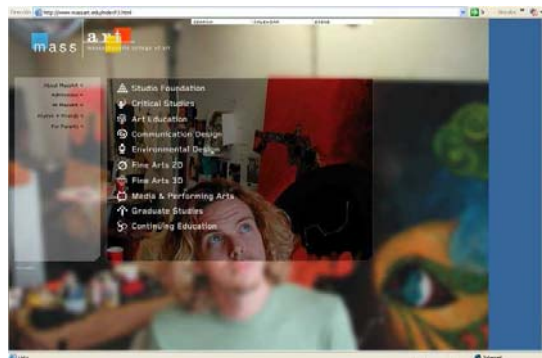
Información: La información de texto es coherente

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

MASS ART - (Ver figura 12)

Figura 12: Mass Art



País: Massachussets, Estados Unidos

Estructura organizacional de MASS ART (en línea). Estados Unidos: MASS ART, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet:

<http://www.massart.edu/indexF5.html>

Tecnología: Creada en Html y con elementos en Flash Player

Diseño Visual: Utiliza imágenes muy llamativas. No tiene uniformidad en todas sus páginas. Maneja un excelente dirección de botones e iconografía. Visualmente es agradable, pero en especial su Home Page por la calidad de las imágenes

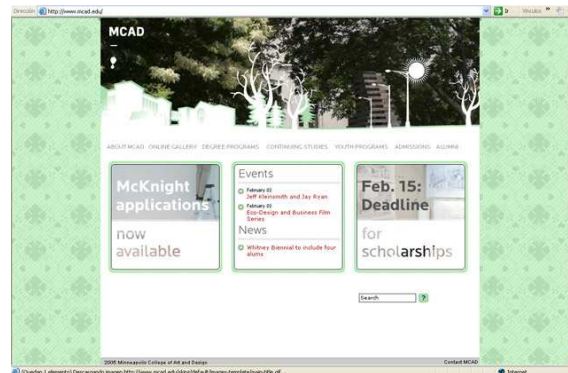
Información: La información de texto es poca, pero completa

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

MCAD, MINNEAPOLIS COLLAGE OF ART AND DESIGN - (Ver figura 13)

Figura 13: Mcad, Minneapolis Collage Of Art And Design



País: Minneapolis, Estados Unidos

Estructura organizacional de MCAD, MINNEAPOLIS COLLAGE OF ART AND DESIGN (en línea). Estados Unidos: MCAD, MINNEAPOLIS COLLAGE OF ART AND DESIGN, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet:

<http://www.mcad.edu/>

Tecnología: Creada en Html y con elementos en Flash Player

Diseño Visual: Tiene un fondo llamativo muy interesante. Tiene uniformidad en todas sus páginas. Maneja una buena diagramación. Visualmente es muy interesante y tiene un buen manejo de limpieza visual

Información: La información de texto es poca

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

PARSONS SCHOOL FOR DESIGN - (Ver figura 14)

Figura 14: Parsons School For Design



País: New York, Estados Unidos

Estructura organizacional de PARSONS SCHOOL FOR DESIGN (en línea).

Estados Unidos: PARSONS SCHOOL FOR DESIGN, 2006 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet: <http://www.parsons.edu/>

Tecnología: Creada en Html

Diseño Visual: Tiene un fondo llamativo muy interesante. Tiene uniformidad en todas sus páginas. Maneja una excelente diagramación. Visualmente muy atrayente por su limpieza visual

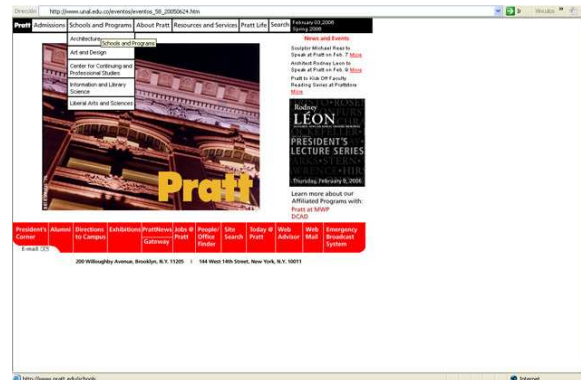
Información: La información de texto es poca pero buena

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

PRATT - (Ver figura 15)

Figura 15: Pratt



País: New York, Estados Unidos

Estructura organizacional Pratt (en línea). Pratt (consultado 25 Enero, 2006).

Disponible en Internet: <http://www.pratt.edu/>

Tecnología: Creada en Html y Fireworks

Diseño Visual: Tiene uniformidad en todas sus páginas. Maneja una excelente diagramación. Es un diseño muy sencillo, funcional y limpio. Visualmente muy limpia e interesante.

Información: La información del texto que contiene es excelente

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO - (Ver figura 16)

Figura 16: Universidad De Bogota Jorge Tadeo Lozano



País: Colombia, Bogotá

Estructura organizacional UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO (en línea). UNIVERSIDAD DE BOGOTA JORGE TADEO LOZANO (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet:

http://www.utadeo.edu.co/programas/pregrados/disenio_grafico/index.php

Tecnología: Creada en Html

Diseño Visual: Tiene solo una página sobre diseño gráfico, así mismo sólo tienen una imagen pequeña. Estructura básica y simple. Visualmente muy monótona. Tiene los mismos problemas que la pagina del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la UOA

Información: La información de texto es buena pero muy general

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

Figura 17: Universidad Nacional De Colombia Sede Medellín



País: Colombia, Medellín

Estructura organizacional UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE MEDELLIN (en línea). UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE MEDELLIN (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet:

www.unalmed.edu.co

Tecnología: Creada en Html

Diseño Visual: Tiene solo una página sobre diseño gráfico. No posee ninguna imagen. Estructura básica y simple. Visualmente poco agradable. Tiene los mismos problemas que la pagina del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la UOA

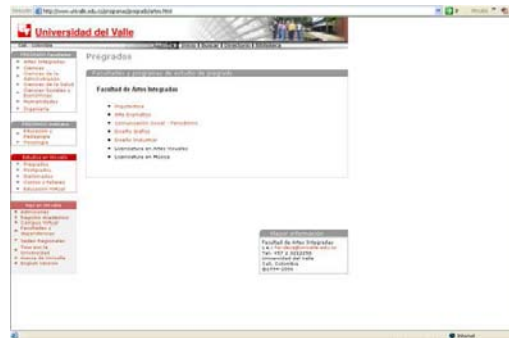
Información: La información de texto es buena pero muy general

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

UNIVERSIDAD DEL VALLE - (Ver figura 18)

Figura 18: Universidad Del Valle



País: Colombia, Cali

Estructura organizacional UNIVERSIDAD DEL VALLE (en línea). UNIVERSIDAD DEL VALLE (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet:

<http://www.univalle.edu.co/programas/pregrado/artes.html>

Tecnología: Creada en Html

Diseño Visual: Tiene sólo una página sobre diseño gráfico. Estructura básica y simple. La información se descarga como un archivo PDF

Información: La información de texto es buena y completa (archivo PDF), pero la de la página es incompleta. Visualmente poco interesante

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

BELLAS ARTES- (Ver figuras 19, 20 y 21)

Figura 19 : Bellas Artes 01

Figura 20 : Bellas Artes 02

Figura 21: Bellas Artes 03



País: Colombia, Cali

Tecnología: Estructura organizacional BELLAS ARTES 03

(en línea). BELLAS ARTES 03 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en

Internet: www.bellasartes.edu.co

Diseño Visual: Las animaciones en Flash son muy buenas y manejan unidad en el dintel, pero se ve una gran ruptura en la diagramaciones de flash y en Html y no manejan unidad a nivel general. Visualmente muy atrayente e interesante

Información: La información de texto es poca, pero se entiende

Navegación: fácil

Metáfora: No la entendimos

FUNDACION DE ACADEMIA DE DIBUJO PROFESIONAL - (Ver figura 22 y 23)

Figura No. 22 : Fundación De Academia De Dibujo Profesional 01

Figura No. 23: Fundación De Academia De Dibujo Profesional 02



País: Colombia, Cali

Tecnología: Estructura organizacional FUNDACION DE ACADEMIA DE DIBUJO PROFESIONAL 03

(en línea). FUNDACION DE ACADEMIA DE DIBUJO PROFESIONAL 03 (consultado 25 Enero, 2006). Disponible en Internet: www.fadp.edu.co

Tecnología: Creada en Flash

Diseño Visual: Las animaciones en Flash son muy buenas pero se preocuparon más por descrestar en las animaciones que en la información sobre la carrera. La

usabilidad en la Web es regular. El acabado en Diseño Gráfico y las imágenes son muy buenas elaborados, pero el concepto es muy enredado, tanto que de un papel arrugado tirado como si fuera basura esta su misión y visión. Visualmente muy llamativa y atractiva

Información: La información de texto es muy poca

Navegación: No tan fácil

Metáfora: Tienen un fondo de un papel el cual esta sucio, y podría ser una metáfora de sustratos impresos

4.4 METÁFORA VISUAL

Para todas las personas no es un secreto que la tecnología, va remplazando muchos procesos en la vida actual. El computador es un gran ejemplo del avance tecnológico a nivel mundial. Esta creación ha logrado sustituir muchos objetos en las sociedades, como es el caso de la máquina de escribir.

En el mundo del Diseño este invento ha sustituido muchos procesos manuales que antes eran de mucho cuidado y sacrificio, como la edición de imágenes, diagramación de textos, entre otros. Debemos estar agradecidos con la tecnología por los nuevos medios que nos ofrece como el Internet; así mismo por reducir la cantidad de procesos y ofrecernos cada día nuevas herramientas para estar a la vanguardia del diseño.

Aunque hay que aclarar que sentarse en un computador no es diseñar, para lograr un buen resultado lo primero es hacer una investigación requerida sobre el proyecto, después el proceso más importante es la creación de bocetos a mano y

que en la actualidad no es muy aplicado por las nuevas generaciones de diseñadores los cuales sólo se enfocan en un computador, aunque todos los diseñadores tengamos las mismas bases.

Los procesos manuales hacen parte de la vida de los diseñadores gráficos. La mayoría de ellos tenemos unas bases iniciales muy similares, desarrolladas en las mesas de dibujo, como por ejemplo las formas básicas y elementos como el punto y la línea.

Cuando planteamos una metáfora sobre un Web Site para el programa Diseño de la Comunicación Gráfica, ésta tiene que ser global y que identifique a cualquier diseñador.

La metáfora que trabajamos en el Web Site es una Mesa de Dibujo, debido a que este elemento ha hecho parte del proceso de formación de todo diseñador.

En el mundo actual una mesa de dibujo connota creatividad y diseño. Cuando observamos una de estas mesas, se nos vienen a la mente creaciones que tienen como cualidad ser 100% resultados manuales, desarrollados con diferentes técnicas artísticas sobre el papel u otro sustrato.

La idea principal de la mesa de dibujo, es aprovechar que siempre está acompañada por otros elementos, como es el caso de la escuadra, las hojas, el cuaderno de bocetos, el lápiz, los colores, etc.

La metáfora de la mesa de dibujo, maneja una gran unidad con cada uno de los elementos que la acompañan, esto con el fin de representar las diferentes partes del Web Site, de tal manera que se convierte en un entorno visual del medio online.

4.5 ESTRUCTURA COMPOSITIVA DEL WEB SITE

La estructura compositiva que se encuentra en el Web Site del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente es:

- Esta diseñado bajo en una composición vertical de 955 x 600 Px.
- Como fondo tiene una composición de elementos que estructuran el entorno del Web Site.
- Todos los elementos están relacionados con la metáfora, para crear una unidad en todo el Web Site.
- Se utilizaron tipografías de palo seco para lograr una lecturabilidad perfecta.
- El entorno esta realizado en Maya 3D, se animó en Macromedia Flash, tiene vínculos iframe y se edito en Photoshop y CorelDraw.
- El menú esta animado a partir de los elementos de la metáfora.
- La carga de las páginas interiores se realiza dentro de un Iframe

- Las imágenes utilizadas son acordes con los temas que se manejaron.
- El logo de la Universidad Autónoma de occidente se encuentra en todas las paginas del Web Site.
- En la parte inferior hay una serie de vínculos que nos llevan a la universidad, a admisiones y contáctenos. Además de estos vínculos encontramos los textos legales.
- Los trabajos creados en la Galería de Arte por los alumnos del programa tienen como cualidad estar en formato JPG y mostrados bajo una perspectiva 3D con el fin de evitar copias y respetar el derecho de autor

PROPUESTA DE DISEÑO

5.1 GUIÓN LITERARIO

Los contenidos textuales del Web Site cumplirán un factor muy importante debido a que supliran las falencias encontradas en la página original del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma. Con estos textos se busca otorgar la mejor información y objetividad en un marco de coherencia. Debe ser un contenido original muy bien elaborado que no se encuentre en otros Web Sites.

La mayoría de las páginas del Web Site deberán tener unidad con la metáfora, no contener demasiados efectos animados y elementos gráficos que saturen y aburran al usuario.

Buscaremos que las páginas sean con fondos claros para generar un alto contraste sobre la información e imágenes que se pongan, debido a que los fondos claros generan un alto contraste con tipografías negras.

Las imágenes que se pondrán tendrán que ser acorde con la temática de cada página, mostrar lo necesario, no llenar de imágenes inestables y sin sentido temático las páginas del Web Site.

Tendremos animaciones sencillas que no saturen visualmente al usuario. Esto es muy importante debido a que si hay mucho movimiento el ojo humano se cansa, por ende, el usuario se distrae y pierde el interés.

Los elementos que brindaran un apoyo a la metáfora de la mesa de dibujo, tendrán como característica del Web Site que representaran las diferentes paginas del medio online.

Elementos complementarios:

- Cuaderno: Este elemento fue escogido para representar el programa, porque en ellos recopilamos la información más importante cuando somos estudiantes. Nos indica que en él se encuentra la información general del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, además de los docentes e instalaciones.
- Escuadra: Este elemento fue escogido para representar el pensum del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, porque refleja rectitud, planeación y organización, al igual que la estructura del pensum.
- Calendario: Este elemento fue escogido para representar las fechas mas importantes relacionadas con Diseño en general, debido a que su funcionalidad es decir dar las fechas

- Caja de colores: Este elemento fue escogido para representar los trabajos destacados de los alumnos, debido a que los colores expresan gráficamente sensaciones y conceptos, al igual que los trabajos de los estudiantes.
- Lápiz: Este elemento fue escogido para representar la opción de contáctenos, debido a que lo relacionamos con la acción de escribir un mensaje personalmente
- Caneca de la basura: Este elemento fue escogido para cerrar el Web Site del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica.

5.2 GUIÓN TÉCNICO

5.2.1 Home Page – Página principal: La página contiene los siguientes elementos:

- Forma: Aparece el fondo gris y sobre él un entorno con la metáfora de la mesa de dibujo. En la mesa de dibujo encontramos los siguientes elementos: Un Cuaderno que nos indica que en el se encuentra la información general del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, está ubicado en el lado inferior izquierdo de la mesa de dibujo y tienen como característica una animación de rollover.

Una escuadra que nos muestra el Pensum del programa, y la cual esta ubicada en la parte superior izquierda de la mesa de dibujo.

Un calendario en la parte superior derecha al fondo del entorno del Web Site.

Una caja de colores ubicada en la parte inferior derecha de la mesa de dibujo y en la cual esta la información de los mejores trabajos realizados por los estudiantes.

Un Lapiz, el cual esta situado en el medio de la mesa de dibujo, pero en la parte inferior de la misma.

Debajo del entorno 3D encontramos una barra en la cual van a estar cuatro links los que nos abren unas ventanas nuevas al darles clic. (Inicio del Web Site, admisiones de la página de la Universidad Autónoma de Occidente, Contáctenos vía correo electrónico y la página principal de la UAO).

- Animación: El menú de entorno es animado y tiene como característica que podemos acceder mediante dos maneras a las diferentes paginas del Web Site. Una por medio de los textos y otra por medio de los elementos que estan realizados en 3D.

5.2.1.1 Información General: La página contiene los siguientes elementos:

- Forma: Aparece el fondo gris, un extremo del entorno de la mesa de dibujo y en primer plano podemos ver el cuaderno de notas o bocetos, en el cual aparece la información solicitada. El cuaderno esta abierto y en el lado izquierdo aparece el menú y en el lado derecho encontramos la información sobre el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, sus docentes e instalaciones
- Texto: El Diseño de la Comunicación Gráfica es un programa de la facultad de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Occidente, que ofrece un

perfil profesional enfatizado en los mensajes visuales como marca, formatos, editoriales, carteles, señalización, empaques, web sites, entre otros.

Un Diseñador de la Comunicación Gráfica goza de la capacidad para diseñar cualquier tipo de mensaje gráfico y expresar en imágenes conceptos, sentimientos y valores que un cliente quiere comunicar.

Estudiar Diseño de la Comunicación Gráfica no significa crear un dibujo, una imagen, una ilustración, una fotografía. Es algo más que la suma de todos esos elementos, aunque para poder conseguir comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos que tiene a su disposición y tener la imaginación, creatividad, conceptualización, experiencia, buen gusto y el sentido común necesarios para combinarlos de forma adecuada y precisa.

En el Diseño de la Comunicación Gráfica se utilizan dos clases de técnicas: las tradicionales, que tienen relación con el uso del lápiz, la pluma y el rotulador; y las informáticas que se desarrollan mediante el uso de diferentes programas de diseño con la última tecnología en nuestras instalaciones.

Jornada: Diurna.

Registro SNIES: 183047410607600111100.

Título que otorga: Diseñador de Comunicación Gráfica.

Duración: 10 Semestre(s).

Perfil Profesional: El Diseñador de la Comunicación Gráfica de la Autónoma es un profesional que diseña mensajes visuales como marcas, formatos, editoriales, carteles, señalización y empaques, entre otros. Está en capacidad para diseñar este tipo de mensajes y expresar en imágenes los conceptos, sentimientos y valores que un cliente quiere comunicar.

En el Diseño de la Comunicación Gráfica se utilizan dos clases de técnicas, las tradicionales que tienen relación con el uso del lápiz, la pluma y el rotulador; y las informáticas que se desarrollan mediante el uso de diferentes programas de diseño. Estas últimas son de intensiva formación en la Universidad Autónoma.

Como Diseñador de la Comunicación Gráfica te podrás desempeñar como diseñador de tu propia empresa o como parte del equipo creativo de otras, en las especialidades de Tipografía, Marca, Identidad Visual Corporativa, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Diseño de Señalética, Diseño (Graficación) de Empaque y Embalaje, Diseño de Cartel, Diseño de Web Site e Ilustración y Diseño de Multimedia.

Perfil Ocupacional: El Diseñador de la Comunicación Gráfica , tendrá las condiciones académicas necesarias para procurarse una educación holística, que le permita desempeñarse en la ejecución de los diversos procesos con los que la actividad se posiciona actualmente en la dinámica social de nuestro medio, a saber:

Procesos de investigación

- Realizando estudios de evaluación en los campos del diseño de Tipografía, Marca, Identidad Corporativa, Editorial, Cartel, Publicitario, Señalética, Graficación de Empaques y Web Site, mediante el análisis del campo social al que se dirige.
- Desarrollando teoría que amplíe y fundamente saberes y quehaceres referidos a la disciplina.
- Diseño de Proyectos Gráficos

- Produciendo propuestas de diseño en los diferentes campos temáticos (se mencionan en el ítem anterior).
- Coordinación de Producción de Medios Gráficos
- Realizando la contratación de Servicios Profesionales.
- Coordinando las diversas fases de preproducción, producción y post-producción gráfica.
- Validando mediante grupos de aplicación y control sus propios diseños, como garantía de funcionalidad práctica y estética.

CONTÁCTENOS

Mario Fernando Uribe

Director Programa de Diseño de la Comunicación Gráfica

PBX 318 80 00 EXT. 11510 -11521 – muribe@uao.edu.co

5.2.1.1.1 Instalaciones: La página contiene los siguientes elementos:

- Forma: Aparece el fondo gris, un extremo del entorno de la mesa de dibujo y en primer plano podemos ver el cuaderno de notas o bocetos, en el cual aparece la información solicitada. El cuaderno está abierto y en el lado izquierdo aparece el menú y en el lado derecho encontramos la información sobre el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, sus docentes e instalaciones
- Texto: **Sala G4 - LDMI (LABORATORIO DE MEDIOS IMPRESOS)**
Consta de:
18 máquinas G4

Tecnología Power GC4, Disco duro de 20 Gigas, Velocidad de 400 Megas, Sistema operativo 9.

Programas: Adobe y Macromedia

Monitor Pantalla plana

Unidad de DVD

Unidad de ZIP

Mouse óptico

6 puertos USB

Sala G5 - LDMM (LABORATORIO DE MEDIOS MULTIMEDIA)

Consta de 24 equipos G5

Doble procesador

Disco duro de 160 Gigas

1 Giga de Ram

Unidad de DVD y quemador de DVD

Monitores de LCD

Mouse óptico

7 puertos USB

Programas: Macromedia Mx y Maya

Sala LDMA (LABORATORIO DE MEDIOS AUDIOVISUALES)

2 servidores con Software Maya 3D

2 Equipos con TBS

2 Equipos con Final Cut Express para la edición de videos

1 Equipo con Combustión

2 Pro tools para la edición de audio

1 Scanner HP el cual escanea 30 hojas por segundo

Además de eso las salas cuentan con:

- 1 ploter HP Desing Jet 8PS
- 1 Impresora Laser HP 8500N
- 2 Impresoras Epson Stylus Color 980N
- 1 Quemador de CD's externo
- 1 Scanner HP el cual también escanea diapositivas

LABORATORIOS DE FOTOGRAFÍA

- 18 Ampliadoras LPL con sus respectivos accesorios. Blanco y negro.
Amplían hasta 40 x 50
- 6 Tanques de Revelado de capacidad de 8 rollos por cada uno
- 1 Secadora Mistral2

- Imágenes: Todas las imágenes tienen la opción de poderse agrandar en una ventana totalmente nueva con una breve explicación de pie de página.

5.2.1.1.2 Docentes: La página contiene los siguientes elementos:

- Forma: Aparece el fondo gris, un extremo del entorno de la mesa de dibujo y en primer plano podemos ver el cuaderno de notas o bocetos, en el cual aparece la información solicitada. El cuaderno esta abierto y en el lado izquierdo aparece el menú y en el lado derecho encontramos la información sobre el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, sus docentes e instalaciones
- Texto: Docente: **Nasser Abdelgani Hachim**
Formación: profesional (licenciatura en filosofía) Asignatura: lingüística

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: diegobol2000@yahoo.com

Docente: **Juan Diego Arbelaez Piedrahita**

Formación: profesional (comunicador social - periodista)

Asignatura: informática II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: gerencia@ciudadmetal.com

Docente: **Alfredo Beltrán Amador**

Formación: profesional (ingeniero industrial)

Asignatura: seminario autogestión empresarial I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: abeltran@cuao.edu.co

Docente: **Jairo Norberto Benavides Martínez**

Formación: profesional (licenciado en literatura)

Asignatura: lógica narrativa - semiótica visual I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: jotabe3@telesat.com

Docente: **Diego Fernando Bolaños Díaz**

Formación: profesional (diseñador grafico)

Asignatura: taller de diseño IV (cartel)

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: diegobol2000@yahoo.com

Docente: **Darío Fernando Bolívar Gómez**

Formación: profesional (diseñador grafico)

Asignatura: informatca I - compugrafia IV (multimedia) - diseño de web site II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: tallercreativo@tutopia.com

Docente: **Sonia Cadena Castillo**

Formación: profesional (licenciada literatura e idiomas)

Asignatura: comunicación oral y escrita

Modalidad: Tiempo completo

Contacto: soniaca36@yahoo.com

Docente: **Natalia Calderón Jiménez**

Formación: profesional (diseñadora grafica)

Asignatura: taller de diseño II (imagen corporativa)

Modalidad: Tiempo completo

Contacto: ncalderon@cuao.edu.co

Docente: **Joaquín Castro Navia**

Formación: profesional (master of arts en imagen y comunicación), (fotografía ilustrada)

Asignatura: fotografía I - semiótica visual I

Modalidad: Tiempo completo

Contacto: jocanav012@latinmail.com

Docente: **Vladimiro Cruz Arango**

Formación: profesional (arquitecto)

Asignatura: taller de diseño VI (señal ética)

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: vlacruz@univalle.edu.co

Docente: **Nelson Jair Cuchumbe Holguin**

Formación: profesional (licenciado en filosofía)

Asignatura: lógica argumental

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: jairo1@starmedia.com

Docente: **Amparo Duarte de Izquierdo**

Formación: profesional (licenciada en biología y química) - especialista en educación ambiental:

Asignatura: comunicación oral y escrita

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: amparo_duarte@hotmail.com

Docente: **Juan Diego Duque Martínez**

Formación: profesional (psicólogo)

Asignatura: psicología de la comunicación

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: juandiegoduque@caliescali.com

Docente: **Delcy Echeverri Valencia**

Formación: profesional (licenciada matemáticas y computación)

Asignatura: informática I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: deva@uniweb.net.co

Docente: **Angélica Maria Franco Laverde**

Formación: profesional (licenciada en filosofía)

Asignatura: lógica argumental

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: angefran31@hotmail.com

Docente: **Vanessa Franco Muñoz**

Formación: profesional (diseñadora gráfica)

Asignatura: fotografía III - investigación en diseño gráfico III - taller de diseño

IV (cartel)

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: vanesa@caliescali.com

Docente: **Jorge Hernán Gallego Valencia**

Formación: profesional (economista)

Asignatura: seminario autogestión empresarial II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: jgallego@cuao.edu.co

Docente: **Marisol Gómez Salinas**

Formación: profesional (comunicadora social y periodismo)

Asignatura: seminario de proyección laboral

Modalidad: Tiempo completo

Contacto: magomez@cuao.edu.co

Docente: **Paula Isabel Henao Álvarez**

Formación: profesional (diseñadora grafica)

Asignatura: informática I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: pauhenao@hotmail.com

Docente: **Magally Hernández Opina**

Formación: profesional (comunicadora social - periodista)

Asignatura: heurística

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: mahernandez@cuao.edu.co

Docente: **Pablo Andrés Jaramillo Romero**

Formación: profesional (diseñador visual)

Asignatura: compugrafia I (autoedición) - compugrafia II (edición de

imágenes) - taller de diseño (tipografía) - taller de diseño III (editorial)

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: pamillo@univalle.edu.co

Docente: **Humberto Jarrín Ballesteros**

Formación: profesional (licenciado en filosofía y letras)

Asignatura: lógica narrativa

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: humbertojarrin@yahoo.com

Docente: **Luis Johnny Jiménez Hurtado**

Formación: profesional (sociólogo)

Asignatura: sociología de la comunicación

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: luisjimenez2003@yahoo.es

Docente: **Ricardo Alberto Lemos Vargas**

Formación: profesional (maestro artes plásticas)

Asignatura: historia del arte I - historia del arte II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: ricalemo@hotmail.com

Docente: **Andrés Fernando Lombana Jején**

Formación: profesional (maestro artes plásticas con énfasis en diseño)

Asignatura: dibujo II (descriptiva) - introducción al diseño gráfico

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: anferlom@graphic-designer.com

Docente: **Jaime López Osorno**

Formación: profesional (arquitecto)

Asignatura: diseño básico I - diseño básico II - proyecto I

Modalidad: Tiempo completo

Contacto: jaloso_2000@hotmail.com

Docente: **Carlos Rómulo Marín Vargas**

Formación: profesional (arquitecto)

Asignatura: semiótica visual II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: carlosmarin20@hotmail.com

Docente: **Carlos Alberto Martínez Restrepo**

Formación: profesional (licenciado en literatura)

Asignatura: historia del arte III

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: camartinez@cuao.edu.co

Docente: **Jenny Daira Maturana Angulo**

Formación: profesional (comunicadora social)

Asignatura: comunicación e investigación I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: ydmaturana@cuao.edu.co

Docente: **David Millán Orozco**

Formación: profesional (arquitecto)

Asignatura: comunicación III

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: damillan@hotmail.com

Docente: **Ana Marisol Ortegón Solano**

Formación: profesional (diseñadora gráfica)

Asignatura: compugrafía II (edición de imágenes) - técnica de diagramación editorial con fotografía

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: anastasiapunk@hotmail.com

Docente: **Juan Manuel Pavía Calderón**

Formación: profesional (comunicador social)

Asignatura: comunicación e investigación I

Modalidad: Tiempo completo

Contacto: jmpavia@cuao.edu.co

Docente: **Ana Lucia Paz Rueda**

Formación: profesional (socióloga)

Asignatura: comunicación e investigación II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: alpaz@telesat.com.co

Docente: **Carlos Enrique Pérez Orozco**

Formación: profesional (licenciado en antropología aplicada)

Asignatura: teoría del conocimiento

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: yunguillo1@hotmail.com

Docente: **Álvaro Hernán Plazas Bermúdez**

Formación: profesional (economista)

Asignatura: técnicas de investigación

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: ahplazas@cuao.edu.co

Docente: **Jairo Quesada Méndez**

Formación: profesional (administrador de empresas)

Asignatura: seminario mercadeo I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: proyectosyrealizaciones@telesat.com.co

Docente: **Gustavo Adolfo Ramos Muñoz**

Formación: profesional (maestro en artes plásticas énfasis en diseño grafico)

Asignatura: investigación en diseño grafico I - investigación en diseño grafico II - taller de diseño VII (empaques y embalajes) – tipografía creativa II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: plastiramos@andinet.com

Docente: **Beatriz Eugenia Roa Torres**

Formación: profesional (diseñadora grafica)

Asignatura: taller de diseño I (marca)

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: lineacreativa2002@yahoo.com

Docente: **Maria Isabel Rodríguez Taruella**

Formación: profesional (sicóloga)

Asignatura: comunicación e investigación I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: marirota@hotmail.com

Docente: **Armando Rojas flores**

Formación: professional (city and guilds in photography)

Asignatura: fotografía I

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: arojas@usaca.edu.co

Docente: **Claudia Fernanda Rojas Núñez**

Formación: profesional (economista)

Asignatura: economía - medio ambiente y cultura

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: clarojas@telesat.com.co

Docente: **Carlos Hernán Román Moncada**

Formación: profesional (comunicador social-periodista)

Asignatura: seminario de mercadeo II - taller de diseño V (campana)

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: carloshroman@hotmail.com

Docente: **Pablo Andrés Sánchez Gil**

Formación: profesional (diseñador grafico)

Asignatura: compugrafia I (autoedición) - compugrafia III (ilustración) - taller de diseño III (editorial).

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: braindead12@excite.com

Docente: **Maria Mercedes Sinisterra D íaz**

Formación: profesional (ingeniera industrial)

Asignatura: informática II

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: mercys@telesat.com.co

Docente: **José Rafael Solarte Ducon**

Formación: profesional (comunicador social-periodista)

Asignatura: comunicación oral y escrita

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: rafaelsolarte@yahoo.com.mx

Docente: **Patricia Ruth Tascon Ospina**

Formación: profesional (ingeniera eléctrica)

Asignatura: economía, medio ambiente y cultura

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: ptascon@cuao.edu.co

Docente: **Mauricio TrejoS Hernández**

Formación: profesional (artes plásticas "grafica")

Asignatura: animación I (historieta) - dibujo II (descriptiva) - dibujo III (ilustración)

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: karave@yahoo.com

Docente: **Mario Fernando Uribe Orozco**

Formación: profesional (diseñador visual)

Asignatura: animación II - compugrafia III (ilustración) - compugrafia IV (multimedia) - diseño de website I.

Modalidad: Tiempo completo

Contacto: muribe@cuao.edu.co

Docente: **Diego Fernando Zúñiga Molina**

Formación: profesional (diseñador grafico)

Asignatura: diseño basico I - diseño basico II - introducción al diseño grafico - tipografía creativa I.

Modalidad: Hora cátedra

Contacto: diegozunigahkd@hotmail.com

5.2.1.2 Asignaturas: La página contiene los siguientes elementos:

- **Forma:** Aparece el fondo gris, un extremo del entorno de la mesa de dibujo y en primer plano podemos ver la escuadra y una parte de la mesa, en la cual aparece la información solicitada sobre el Pensum del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica
- **Texto:** Los estudios del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, tendrán una duración mínima de diez semestres, servidos en jornada diurna, en modalidad presencial.

Para optar al título de Diseñador de la Comunicación Gráfica, el aspirante deberá haber completado la totalidad de créditos establecidos en el plan de estudios y acreditado el conocimiento de una lengua extranjera (ingles). Así mismo deberá haber realizado y aprobado la práctica profesional y el trabajo de grado.

Primer semestre: Introducción al Diseño Gráfico, Comunicación e Investigación I, Inglés I, Comunicación Oral y Escrita, Diseño Básico I e Informática I

Segundo Semestre: Humanidades I, Comunicación e Investigación II, Inglés II, Fotografía I, Diseño Básico II, e Informática Gráfica

Tercer Semestre: Humanidades II, Lingüística, Comunicación e Investigación III, Inglés III, Fotografía II y Taller de Diseño I

Cuarto Semestre: Humanidades III, Lógica Argumental, Semiótica Visual I, Inglés IV, Sociología de la comunicación, Taller de Diseño II –Marca e Identidad Corporativa y Compugrafía I – Autoedición

Quinto Semestre: Lógica Narrativa, Semiótica Visual II, Inglés V, Taller del Diseño III – Editorial, Tipografía Creativa I y Compugrafía II – Edición de Texto e Imagen

Sexto Semestre: Humanidades IV, Pensamiento creativo, Taller de Diseño IV – Cartel, Tipografía Creativa II, Compugrafía III – Ilustración y Multimedia y Mercadeo I

Séptimo Semestre: Proyecto de Investigación en Diseño Gráfico I, Taller de Diseño V – Graficación de Empaques, Línea de Diseño Gráfico I, II, III, Autogestión Empresarial I y Mercadeo II

Octavo Semestre: Proyecto de Investigación en Diseño Gráfico II, Gráfica del Entorno, Taller de Diseño VI - Campaña Publicitaria I, Línea de Diseño Gráfico I, II, III y Autogestión Empresarial II

Noveno Semestre: Psicología de la Comunicación, Proyecto de Investigación en Diseño Gráfico III, Taller de Diseño VII – Campaña Publicitaria II, Línea de Diseño Gráfico I, II, III, Seminario Actualización Profesional y Proyección Laboral

Décimo Semestre: Pásantía y Trabajo de Grado

Nota: El Área Electiva está compuesta por 16 créditos académicos obligatorios y 8 créditos optativos para un total de 24 créditos.

5.2.1.3 Calendario: La página contiene los siguientes elementos:

- **Forma:** Aparece el fondo gris, y en primer plano el calendario que podíamos encontrar en el fondo del entorno. El calendario esta en la fecha actual y en el encontramos un eframe actualizable con texto.
- **Texto:** El programa de Diseño de la comunicación Gráfica con el fin de ofrecer más y mejores servicios al estudiante muestra una opción novedosa y de constante actualización.

El calendario nos ofrece fechas de eventos, sucesos, congresos, seminarios importantes, con su respectiva información sobre el Diseño y carreras afines.

El calendario nos ofrece fechas de exposiciones importantes, galerías nuevas con su respectiva información sobre Arte y Diseño Grafico

Información actualizable del eframe:

Texto: Feb 9-10

CONFERENCIA VERDE TROPICAL. Con el desarrollo de la construcción en Miami, la ciudad necesita considerar los principios del diseño sostenible por razones ambientales, así como para lograr incentivar los negocios, la inversión ofreciendo ganancias a largo plazo. www.metropolismag.com Miami, USA.

Feb 13 - May 31

DIPLOMADO EN GERENCIA FINANCIERA. Capacitar a los participantes en la gestión financiera, en el manejo de los conceptos e instrumentos para orientar las decisiones de índole financiera de las organizaciones de manera que se puedan generar criterios de respuesta a sus objetivos y a los desafíos, oportunidades y limitaciones del contexto externo. Módulos: Nivelación en Contabilidad Financiera, Nivelación en matemáticas financieras, Diagnóstico

Financiero, Conceptos Tributarios, Planeación y Presupuestación Financiera, Gerencia Financiera de Corto Plazo, Gestión Financiera de Largo Plazo, Evaluación Financiera de Proyectos. Intensidad horaria: 126 horas. Horario: Lunes a miércoles de 6:00 a 9:00 p.m. Inversión: \$2.550.000. Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Feb 16 2006

LA TERTURLIA: EDUARDO RAMIREZ VILLAMIZAR. El próximo jueves 16 de febrero. A las 6:30 p.m. en los tres pisos dispuestos de las Nuevas Salas, se inaugurará la exhibición Eduardo Ramírez Villamizar y su entrono que mostrara obras del connotado artista y sus contemporáneos durante las ultimas cinco décadas del siglo XX.

LA TERTURLIA: ERIKA DIETTES. Continua en las Salas Maritza Uribe de Urdinola y Subterránea, la muestra de fotografías y testimonios de Erika Dientes alusiva a los sobrevivientes de la comunidad judía que emigraron a Colombia. Las obras de gran formato enseñan los rostros de los fotografiados, además de sus objetos predilectos e impresiones escritas. Esta exhibición se presenta con el patrocinio de la Comunidad Judía de Cali.

Feb 17 - Jul 1

DIPLOMADO EN FORMACIÓN GERENCIAL BÁSICA. Promover la preparación de directivos empresariales para afrontar la movilidad exigida por el cambiante entorno socioeconómico y los nuevos enfoques y métodos de gestión. Dar una visión global de la Empresa y permitir un entendimiento amplio de la función del dirigente, de manera que el participante pueda asumir

responsabilidades gerenciales integrando los avances y aplicaciones profesionales en las distintas áreas de la organización. Módulos: Tendencias Actuales de la Gerencia, Nociones Jurídicas Básicas, Gerencia del Talento Humano, Contratación Laboral, Fundamentos Contables, Régimen Fiscal, Gerencia de la Productividad, Gestión de Información, Finanzas y Alternativas de Inversión, Mercadeo Estratégico, Gerencia en Épocas de Crisis.

Intensidad horaria: 190 horas. Horario: Viernes de 2:00 p.m. a 7:00 p.m. y Sábados de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. Inversión: \$3.000.000

Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Feb 23

EVENTO DE PREMIACIÓN DEL CONCURSO DE DISEÑO MARKSMAN.
www.marksmandesignaward.com, HOL.

Feb 24 - Jun 2

DIPLOMADO BASICO EN MERCADEO. Desarrollar en el participante habilidades que le permitan comprender en forma integral los conceptos básicos de mercadeo, buscando orientar las estrategias de su empresa y así lograr ventajas competitivas sostenibles.

Módulos: Fundamentos de mercadeo, comportamiento del consumidor, investigación de mercados, economía de mercados, Precio, Producto, Plaza, Comunicaciones, Servicio al Cliente, Ventas. Intensidad horaria: 120 horas. Horario: Viernes de 5:30 p.m. a 9:30 p.m. y Sábados de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. Inversión: \$2.450.000 Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Mar 1 - 14

SEMINARIO CONTABILIDAD PARA NO CONTADORES. Desarrollar los conocimientos y habilidades que permitan al participante identificar en qué forma la contabilidad brinda herramientas para comprender la función financiera logrando una mayor capacitación para la toma de decisiones. Intensidad horaria: 40 horas. Horario: Lunes a Viernes de 5:30 p.m. a 9:30 p.m. Inversión: \$995.000. Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Mar 6 - Jun 14

DIPLOMADO EN GERENCIA FINANCIERA CORPORATIVA. Capacitar y actualizar a los participantes en aspectos específicos y avanzados de las finanzas, haciendo especial énfasis en temas relacionados con la planeación, la gestión y las tendencias de las finanzas en un entorno empresarial de manera que se puedan generar criterios de respuesta a sus objetivos y a los desafíos, oportunidades y limitaciones del entorno.

Módulos: Nivelación en contabilidad financiera, Nivelación en matemáticas financieras, estándares internacionales de contabilidad, Planeación tributaria, Gerencia del valor y balanced scorecard, Combinación de negocios: fusiones y adquisiciones, gestión moderna de tesorería, Estrategias financieras corporativas. Intensidad horaria: 117 horas . Horario: Lunes a miércoles de 6:00 p.m. a 9:00 p.m. Inversión: \$2.450.000. Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Mar 13 - Jul 11

DIPLOMADO EN GERENCIA DE MERCADEO. Desarrollar en el participante habilidades que le permitan plantear estrategias integrales de marketing, a

través de modernas técnicas, para lograr ventajas competitivas sostenibles sobre sus mercados objetivos. A través del diplomado el participante podrá desarrollar el Plan de Marketing de su empresa para ser implementado. Módulos: Visión estratégica, Definición estratégica del portafolio de productos, Creación de valor, Comunicación estratégica, Cadena de abastecimiento, Administración financiera del mercadeo, Clientelización y fidelización, Plan de Mercadeo. Intensidad horaria: 132 horas. Horario: Lunes a miércoles de 6:00 p.m. a 9:00 p.m. Inversión: \$2.550.000. Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Mar 16 y17

SEMINARIO INTERNACIONAL INTRODUCCIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL” EN ASOCIO CON VINCULAR CHILE. Transferir conocimientos y desarrollar competencias en profesionales para que sean capaces de conocer, comprender y aplicar de manera integral conceptos y herramientas adecuadas a su empresa en los diversos ámbitos de la RSE, logrando generar ventajas competitivas sobre la base del análisis de necesidades y prioridades propias de cada empresa y de sus grupos de interés. Intensidad horaria: 16 horas. Horario: 8:00 a.m. a 6:00 p.m. Inversión: \$ 995.000 Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Abr 4 - Jul 14

DIPLOMADO EN FINANZAS PARA NO FINANCIEROS. Capacitar a los participantes en los fundamentos de las finanzas, en el manejo de los conceptos e instrumentos básicos, para orientar las decisiones de índole financiera personal y en aspectos básicos organizacionales.

Módulos: Contabilidad Financiera, Matemáticas Financieras, Entorno Económico y Mercados Financieros, Administración del efectivo, Toma de decisiones financieras. Intensidad horaria: 111 horas . Horario: Martes a jueves de 6:00 p.m. a 9:00 p.m.. Inversión: \$2.450.000. Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Abr 18 - Jun 22

DIPLOMADO EN GERENCIA COMERCIAL ESTRATÉGICA. Transmitir a las personas vinculadas con la actividad comercial, conocimientos y herramientas de gestión, que les permitan mejorar la situación competitiva de sus empresas, a través de una adecuada gestión con su gente.

Módulos: Psicología de Ventas, El Mercadeo como apoyo a la gestión comercial, Liderazgo Comercial, Modernas tendencias y estrategias de venta, planeación de la gestión de ventas, Gerencia de ventas. Intensidad horaria: 120 horas . Horario: Martes, Miércoles y Jueves de 5:30 p.m. a 9:30 p.m. Inversión: \$2.450.000. Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

Abr 25 - Jun 29

DIPLOMADO EN DESARROLLO DE HABILIDADES GERENCIALES CON ENFASIS EN SERVICIO. Este Diplomado busca actualizar a los Directivos Empresariales, a los Gerentes y a los Directores de todas la áreas que involucren en su gestión el servicio al Cliente. Se ha diseñado con contenidos programáticos que apoyan el desarrollo de destrezas para ser un mejor gerente, así como con temas que desarrollan áreas de la organización determinantes para el logro de los objetivos estratégicos, planeación

estratégica, mercadeo y servicio al cliente se convierten en los pilares fundamentales de desarrollo gerencial enfocado hacia el logro corporativo.

Módulos: Comunicación de la asertividad, Administración del tiempo y manejo efectivo de reuniones, Liderazgo, empoderamiento y coaching, Presentaciones efectivas, Mercadeo, Planeación estratégica, Servicio al cliente. Intensidad horaria: 120 horas. Horario: Martes a jueves 5:30 a 9:30 p.m. Inversión: \$2.450.000. Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

May 5 - Jul 14

DIPLOMADO “KCRM” KEY CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT.

Con este Diplomado Usted podrá implementar una estrategia de KCRM para su organización, con base en todos los elementos teórico-prácticos, que le permita a su compañía mantener, retener, satisfacer y fidelizar a sus Clientes y entender como KCRM puede agregar Valor a su Empresa y a sus Clientes

Módulos: Introducción, Gestión organizacional para la cultura de servicio, Modelos de CRM con balanced scorecard, Gestión de las relaciones y las experiencias con los clientes claves (key customer relationship management), Inteligencia de negocios, Diseño de canales con orientación CRM, Soluciones tecnológicas, Implementación y procesos de c. r. m

Intensidad horaria: 120 horas Horario: Viernes 2:00 a 8:00 p.m. y Sábados de 7:30 a.m. a 1:30 p.m. Inversión: \$2.950.000 Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL.

May 15 - Ago 29

DIPLOMADO EN GERENCIA DE PROYECTOS. Construir una cultura de administración de proyectos mediante la aplicación del conocimiento,

habilidades, herramientas y técnicas para conseguir o exceder las necesidades y expectativas de los “stakeholders” a través de un proyecto. Módulos: Integración, Alcance, Planeación de Proyectos, Viabilidad legal y operacional, Estudios de mercado, Herramientas de seguimiento y control en proyectos, Aseguramiento de la Calidad, Equipo de Proyectos, Comunicaciones, Manejo de Insumos, Gestión de Costos y Financiera, Evaluación de Riesgos en proyectos.

Intensidad horaria: 156 horas. Horario: Lunes a jueves de 6:00 p.m. a 9:00 p.m. Inversión: \$2.950.000

Pontificia Universidad Javeriana, mcastill@javeriana.edu.co -Calle 40 No. 6-23, Piso 7, Edificio Gabriel Giraldo SJ Tel: 3208137 - 3208320 Ext. 5116-5117 Bogotá, COL

- Animación: Aparecen 4 animaciones:

El menú es animado y tiene como característica dos animaciones en flash. Una al hacer clic en la opción deseada y esta tiende a aumentar después de hacer clic y la otra para cerrar esta opción.

En el menú aparece una opción de rollover animada la cual indicara el nombre de cada botón

Dos Animaciones sencillas, una del logo de la universidad y otra de uno de los módulos del logo del programa Diseño de la Comunicación Gráfica las cuales tienen como característica su desarrollo en maya 3D y se montan en Macromedia Flash.

Por último aparece en la página una animación de texto la cual indica en donde se encuentra usuario.

5.2.1.4 Trabajos: La página contiene los siguientes elementos:

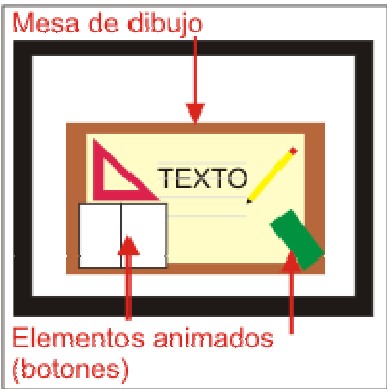
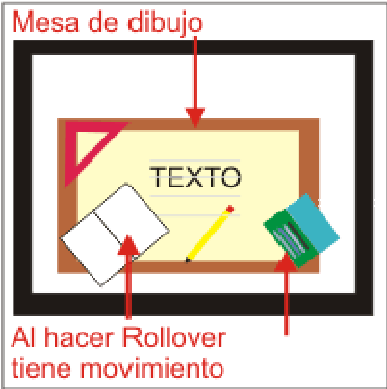
- **Forma:** Aparece el fondo gris, y en primer plano la figura de la caja de colores, acompañada de un segmento de la mesa de dibujo en la cual están los trabajos de los estudiantes expuestos y con una diagramación diferente al resto del Web Site.
- **Texto:** El programa Diseño de la Comunicación Gráfica con el fin de reconocer los mejores trabajos e incentivar el talento a los Diseñadores en potencia ha creado tres espacios en los cuales se presentan los proyectos más sobresalientes y aquellos a los cuales se le ha hecho un destacamento especial
- **Imágenes:** Todos los trabajos están en un formato JPG y tienen la opción de poderse agrandar en una ventana totalmente nueva con una breve explicación de pie de página. Las imágenes fueron editadas en un formato 3D con el fin de respetar los derechos de autor de los estudiantes.

5.2.1.4.1 Contáctenos: Tienen como característica principal abrir el Out Look

5.2.2 Resumen del Guión técnico e StoryBoard

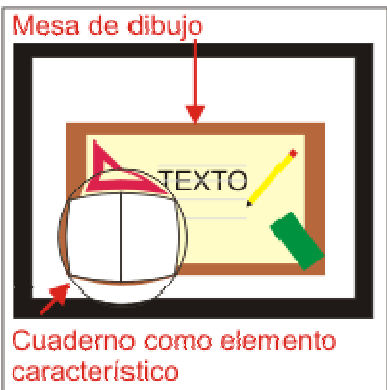
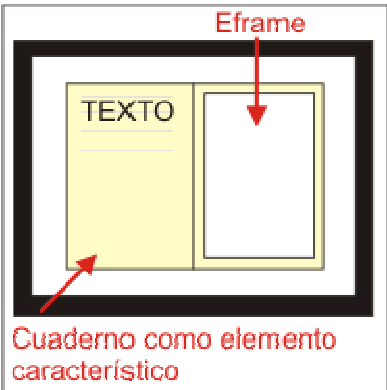
5.2.2.1 Home Page – Página principal (ver tabla 1)

Tabla 1: Home Page – Página principal

| Técnico | Desglose - Literario | Storyboard |
|--|---|--|
| <p>HTML como lenguaje de programación.</p> <p>Uso del software:</p> <p>Macromedia Flash para animar graficas realizadas en Maya 3D.</p> <p>Modelado en Maya 3D.</p> <p>Creación de imágenes mediante vectores en CorelDraw.</p> <p>Edición, retoque y optimización mediante Photoshop.</p> <p>Enlace con URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home Page y el contacto vía Email</p> | <p>Destacar y localizar un diseño Limpio y moderno para ubicar el menú y la información de la página.</p> <p>Destacar y localizar el logo de la Universidad Autónoma de Occidente.</p> <p>Destacar y localizar una barra de links que contenga los URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home y el contacto vía Email</p> <p>Va a tener de contenido el texto que aparece en el Guión Literario</p> <p>Localizar los textos legales</p> |   |

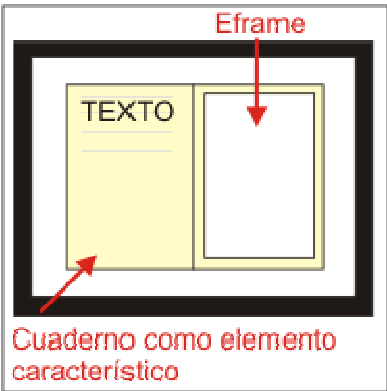
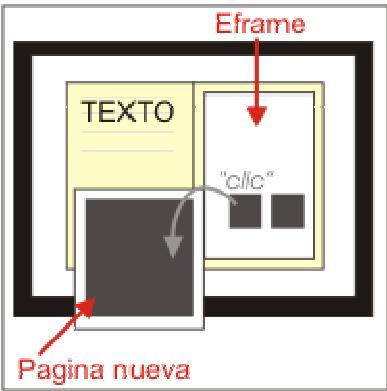
5.2.2.1.1 Información General (ver tabla 2)

Tabla 2: Información General

| Técnico | Desglose - Literario | Storyboard |
|--|---|--|
| <p>HTML como lenguaje de programación.</p> <p>Uso del software:</p> <p>Macromedia Flash para animar graficas realizadas en Maya 3D.</p> <p>Modelado en Maya 3D.</p> <p>Creación de imágenes mediante vectores en CorelDraw.</p> <p>Edición, retoque y optimización mediante Photoshop.</p> <p>Enlace con URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home Page y el contacto vía Email</p> <p>Un texto con la información general del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente</p> | <p>Destacar y localizar un diseño Limpio y moderno para ubicar el menú y la información de la página.</p> <p>Destacar y localizar el logo de la Universidad Autónoma de Occidente.</p> <p>Destacar y localizar una barra de links que contenga los URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home y el contacto vía Email</p> <p>Va a tener de contenido el texto que aparece en el Guión Literario</p> <p>Localizar los textos legales</p> |  <p>Mesa de dibujo</p> <p>Cuaderno como elemento característico</p>  <p>Eframe</p> <p>Cuaderno como elemento característico</p> |

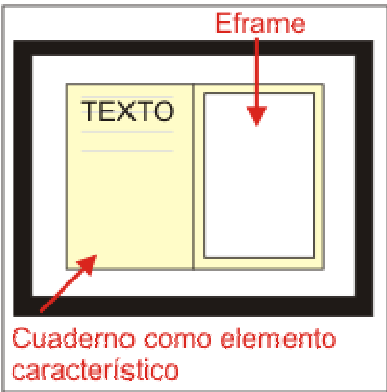
5.2.2.1.1.1 Instalaciones (ver tabla 3)

Tabla 3: Instalaciones

| Técnico | Desglose- Literario | Storyboard |
|---|---|---|
| <p>HTML como lenguaje de programación.</p> <p>Uso del software:</p> <p>Macromedia Flash para animar graficas realizadas en Maya 3D.</p> <p>Modelado en Maya 3D.</p> <p>Creación de imágenes mediante vectores en CorelDraw.</p> <p>Edición, retoque y optimización mediante Photoshop.</p> <p>Enlace con URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home Page y el contacto vía Email</p> <p>Un texto sobre las instalaciones tecnológicas de la Universidad Autónoma de Occidente</p> | <p>Destacar y localizar un diseño Limpio y moderno para ubicar el menú y la información de la página.</p> <p>Destacar y localizar el logo de la Universidad Autónoma de Occidente.</p> <p>Destacar y localizar una barra de links que contenga los URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home y el contacto vía Email</p> <p>Va a tener de contenido el texto que aparece en el Guión Literario</p> <p>Localizar los textos legales</p> |  <p>Cuaderno como elemento característico</p>  <p>Pagina nueva</p> |

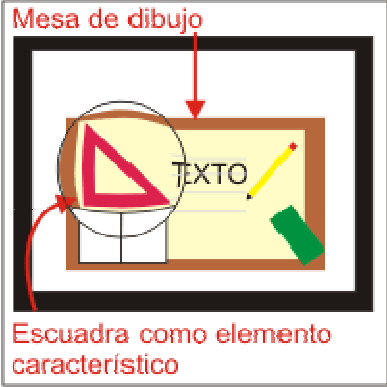
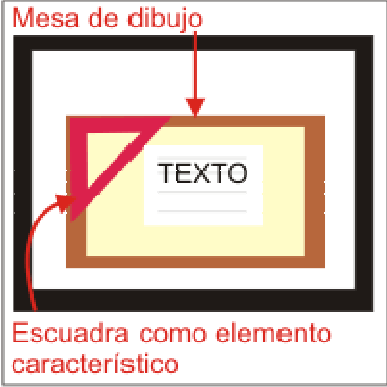
5.2.2.1.1.2 Docentes (ver tabla 4)

Tabla 4: Docentes

| Técnico | Desglose- Literario | Storyboard |
|--|---|---|
| <p>HTML como lenguaje de programación.</p> <p>Uso del software:</p> <p>Macromedia Flash para animar graficas realizadas en Maya 3D.</p> <p>Modelado en Maya 3D.</p> <p>Creación de imágenes mediante vectores en CorelDraw.</p> <p>Edición, retoque y optimización mediante Photoshop.</p> <p>Enlace con URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home Page y el contacto vía Email</p> <p>Un texto que contiene información sobre los docentes del programa</p> <p>Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente</p> | <p>Fondo de color negro</p> <p>Destacar y localizar un diseño Limpio y moderno para ubicar el menú y la información de la página.</p> <p>Destacar y localizar el logo de la Universidad Autónoma de Occidente.</p> <p>Destacar y localizar una barra de links que contenga los URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home y el contacto vía Email</p> <p>Va a tener de contenido el texto que aparece en el Guión Literario</p> <p>Localizar los textos legales</p> |  <p>Cuaderno como elemento característico</p> |

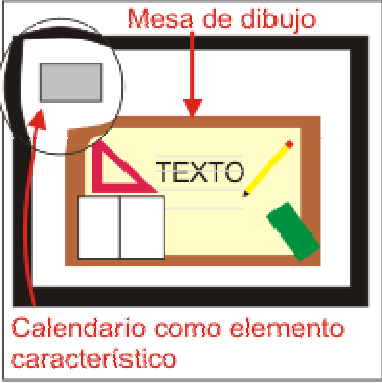
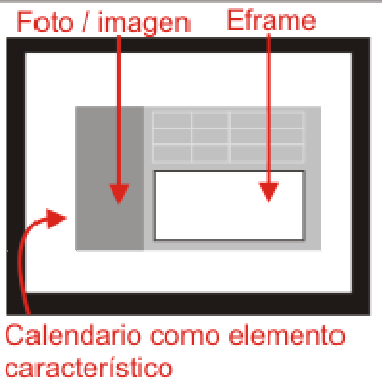
5.2.2.1.2 Asignaturas (ver tabla 5)

Tabla 5: Asignaturas

| Técnico | Desglose- Literario | Storyboard |
|---|---|--|
| <p>HTML como lenguaje de programación.</p> <p>Uso del software:</p> <p>Macromedia Flash para animar graficas realizadas en Maya 3D.</p> <p>Modelado en Maya 3D.</p> <p>Creación de imágenes mediante vectores en CorelDraw.</p> <p>Edición, retoque y optimización mediante Photoshop.</p> <p>Enlace con URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home Page y el contacto vía Email</p> <p>Un texto que contiene información sobre las asignaturas (Pensum) del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente</p> | <p>Destacar y localizar un diseño Limpio y moderno para ubicar el menú y la información de la página.</p> <p>Destacar y localizar el logo de la Universidad Autónoma de Occidente.</p> <p>Destacar y localizar una barra de links que contenga los URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home y el contacto vía Email</p> <p>Va a tener de contenido el texto que aparece en el Guión Literario</p> <p>Localizar los textos legales</p> |   |

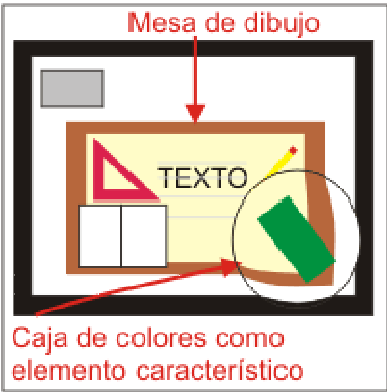
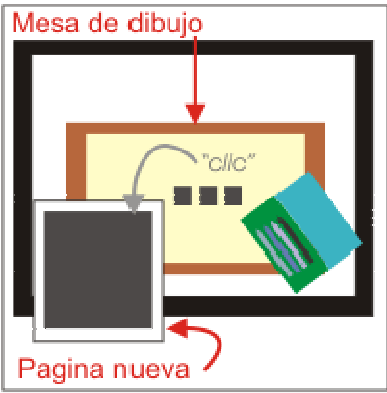
5.2.2.1.3 Calendario (ver tabla 6)

Tabla 6: Calendario

| Técnico | Desglose- Literario | Storyboard |
|--|---|---|
| <p>HTML como lenguaje de programación.</p> <p>Uso del software:</p> <p>Macromedia Flash para animar graficas realizadas en Maya 3D.</p> <p>Modelado en Maya 3D.</p> <p>Creación de imágenes mediante vectores en CorelDraw.</p> <p>Edición, retoque y optimización mediante Photoshop.</p> <p>Enlace con URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home Page y el contacto vía Email</p> <p>Un texto que contiene información sobre las actividades culturales o relacionadas con diseño, como por ejemplo, exposiciones, congresos, charlas, etc.</p> | <p>Destacar y localizar un diseño Limpio y moderno para ubicar el menú y la información de la página.</p> <p>Destacar y localizar el logo de la Universidad Autónoma de Occidente.</p> <p>Destacar y localizar una barra de links que contenga los URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home y el contacto vía Email</p> <p>Va a tener de contenido el texto que aparece en el Guión Literario</p> <p>Localizar los textos legales</p> |  <p>Mesa de dibujo</p> <p>Calendario como elemento característico</p>  <p>Foto / imagen Eframe</p> <p>Calendario como elemento característico</p> |

5.2.2.1.4 Trabajos (ver tabla 7)

Tabla 7: Trabajos

| Técnico | Desglose- Literario | Storyboard |
|---|---|--|
| <p>HTML como lenguaje de programación.</p> <p>Uso del software:</p> <p>Macromedia Flash para animar graficas realizadas en Maya 3D.</p> <p>Modelado en Maya 3D.</p> <p>Creación de imágenes mediante vectores en CorelDraw.</p> <p>Edición, retoque y optimización mediante Photoshop.</p> <p>Enlace con URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home Page y el contacto vía Email</p> <p>Unas imágenes con su respectivo marco legal de trabajos realizados por estudiantes del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente</p> | <p>Destacar y localizar un diseño Limpio y moderno para ubicar el menú y la información de la página.</p> <p>Destacar y localizar el logo de la Universidad Autónoma de Occidente.</p> <p>Destacar y localizar una barra de links que contenga los URL de la pagina de la UAO, de admisiones, al Home y el contacto vía Email</p> <p>Va a tener de contenido el texto que aparece en el Guión Literario</p> <p>Localizar los textos legales</p> |  <p>Mesa de dibujo</p> <p>Caja de colores como elemento característico</p>  <p>Mesa de dibujo</p> <p>Pagina nueva</p> |

5.3 INVENTARIO PREVIO DE DATOS

El Sitio Web del programa Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, suministrará semanalmente información básica de los eventos relacionados con el arte y el Diseño en general. De la misma manera cada seis meses se actualizarán los mejores trabajos y reconocimientos de los estudiantes.

Para este proyecto se trabajó la información de un mes entero con toda la programación e información correspondiente.

Se buscó la información adecuada, Mejores Trabajos, reconocimientos de los estudiantes, Calendario de exposiciones, conferencias y demás actividades relacionadas con Diseño y Arte.

5.3.1 Archivos: En general se utilizarán 20 Archivos de animación en Flash Macromedia con las siguientes características:

- 17 Archivos de animaciones sencillas para los títulos
- 2 Archivos de animaciones con tratamiento en Maya 3D para el logo de la Universidad Autónoma de Occidente y un módulo del logo del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la misma Universidad
- 1 Archivo de animaciones con vínculos para el menú del Web Site

En general se utilizaran 123 Archivos de imágenes con las siguientes características:

- 26 Archivos de imágenes fotográficas digitales que se tomaron como soporte de los recursos de las instalaciones
- 48 Archivos de imágenes con tratamiento de 3D para los mejores trabajos y reconocimientos
- 12 Archivos de imágenes fotográficas digitales como soporte para los recursos de las instalaciones. Los Derechos de estas imágenes son del Área de Comunicaciones de la UAO y de UAO Virtual
- 37 Archivos de imágenes como estructura del Web Site

En general se utilizara 1 Archivo en PDF con las siguientes características:

- 1 Archivo PDF que se tomo como soporte de descarga para el Pensum Completo y el Área Profesional. Los Derechos de este PDF son del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente

En general se utilizaran 48 Archivo en HTML con las siguientes características:

- 1 Archivo HTML de fondo con un tamaño de 1024 x 768 Pixeles
- 16 Archivo HTML de fondo con un tamaño de 570 Pixeles de ancho por una altura relativa por la información de cada página
- 31 Archivo HTML con la cualidad de abrirse en una página nueva adicional para ver las imágenes en JPG de la galería de Arte

5.3.1.1 Matriz: Contiene el fondo, Diseño metáfora, Logo Universidad Autónoma de Occidente, textos, e información en general del espacio

5.3.1.2 Menú – Entorno: Contiene 6 botones principales con movimiento que controlan las interfases principales del Web Site.

Botones Principales:

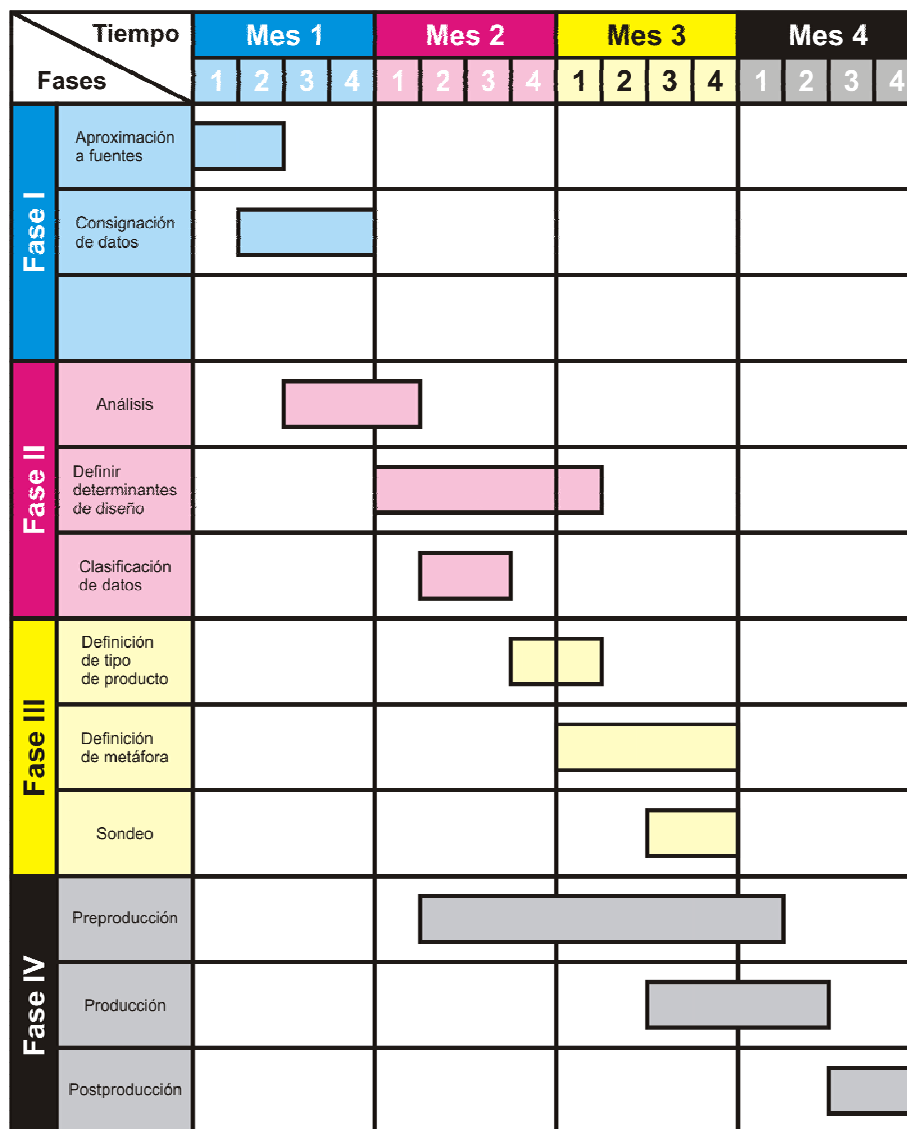
- Información General: Carga información relacionada con el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, Instalaciones y Docentes
- Asignaturas: Carga información relacionada con el Pensum del programa Diseño de la Comunicación Gráfica
- Calendario: Carga información relacionada con fechas de futuros eventos
- Trabajos: Carga los mejores trabajos y reconocimientos de los estudiantes del programa Diseño de la Comunicación Gráfica.
- Contáctenos: Carga el programa Outlook con el correo del director del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica.
- Basura: Cierra la pagina automáticamente.

Botones Secundarios:

- Instalaciones: Carga información e imágenes de las instalaciones actuales para los usuarios de la Universidad Autónoma de Occidente
- Docentes: Contiene la información sobre los docentes del programa Diseño de la Comunicación Gráfica (Nombre del docente, formación, modalidad y contado por correo electrónico)
- Calendario: Contiene la información sobre fechas de eventos, sucesos, congresos, seminarios importantes, con su respectiva información sobre el Diseño y carreras afines
- Mejores Trabajos: Carga información e imágenes de trabajos reconocidos por el programa Diseño de la Comunicación Gráfica a sus estudiantes. Asi mismo carga información e imágenes de trabajos reconocidos por entidades externas a los estudiantes del programa Diseño de la Comunicación Gráfica.

5.4 Cronograma

Figura 24: Cronograma



Se cumplió lo establecido en la Figura 24. para la creación del Web Site y el trabajo del Proyecto de grado.

5.5 PROPUESTA IDEAL DE UN MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA PARA EL PROGRAMA DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

En la actualidad las políticas internas de la Universidad Autónoma de Occidente no permiten generar una imagen o identidad visual para el reconocimiento externo de los diferentes programas que ofrece, debido a que lo más importante es que la universidad sea la reconocida y no confundir al público.

La propuesta ideal sería generar un Logotipo y así mismo un Manual Corporativo para el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica, con el fin de reforzar la divulgación y promoción de esta misma.

El propósito fundamental de un Manual de Identidad Corporativa o Manual de Identidad Visual, es tener consignado en un documento, la guía de una serie de normas e instrucciones que se deben respetar siempre en el manejo de un Logosímbolo o Logotipo de empresa o producto, para evitar así su uso inadecuado al momento de la reproducción y aplicación a piezas gráficas.

El manejo y uso del Logotipo o Logosímbolo va desde establecer proporciones, gama cromática y fuentes tipográficas, hasta su aplicación correcta, pasando por apartados tales como: papelería, Web Site, material P.O.P. etc.

Los apartados de cada manual dependen en gran medida, de las necesidades de comunicación visual de la empresa; sin embargo, existen apartados básicos que

siempre deben conservarse: Signos de identidad, pauta constructiva, gama cromática y fuentes tipográficas.

En la actualidad para el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica sería muy importante una identidad visual para lograr un carácter diferenciador de las demás carreras de Diseño Gráfico. A través de la Identidad Visual o Corporativa el programa puede transmitir al público y estudiantes sus valores, servicios, calidad, innovación y su esencia fundamental con el fin de posicionarse generar un Top of Mind y Top of Heart de los usuarios egresados, actuales y futuros de la carrera.

Propuesta ideal del Logotipo

Para todos los diseñadores los bocetos son un factor importante en el proceso creativo de realizar algo. La creación de los bocetos, notas gráficas o dibujos, parten de un lenguaje único y universal que nos han acompañado en lo largo de la historia del ser humano, desde las cuevas hasta la era digital. Podemos considerar los bocetos como el medio principal de expresión de ideas para todos los creativos.

Una parte muy importante para la creación de los bocetos la conforman el papel, el lápiz y la tinta, puesto que sin estos elementos sería casi imposible plasmar las ideas y los conceptos. El mundo del Diseño Gráfico los ha establecido como iconos de creatividad, comunicación e historia, debido a esto pensamos que son perfectos para la creación del Logotipo del programa Diseño de la Comunicación Gráfica.

La forma del Logotipo son tres módulos que cumplen con la ley de traslación y el principio de figura y fondo, además de que crean las letras iniciales del programa D. C. G. Otra de las grandes cualidades que tiene este logo es la estructura de las gotas de tinta en la impresión, las cuales están ubicadas en la parte de adentro de cada módulo, el cual tiene la forma de una punta de un lápiz que se puede observar en el extremo inferior izquierdo.

Para el texto de DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA se utilizó una tipografía AvantGarde MD BT, la cual se modificó en las letras “A”, que van en caja alta, fueron remplazadas por letras “a” en cajas bajas. Las “a” minúsculas fueron modificadas en el espacio interno para que el grosor de las líneas fuera similar al utilizado en caja alta y el basto se redujo para que coincidiera con las demás. El inter-letrado se tomó a partir del espacio generado por la combinación de letras CO, RO y LO.

El logotipo está especialmente diseñado y refleja el carácter de nuestra carrera, Los atributos de una marca humana, capaz y emprendedora que se reflejan a través del carácter redondeado de las letras, el color, alineamiento y grosor de los caracteres, y la modernidad del trazo. La simplicidad de las formas, en general, hacen que el logotipo sea amable fresco y dinámico, ver figura No25.

La aplicación correcta del logotipo en todos nuestros campos gráficos nos ayudará a establecer una imagen consistente y memorable a través de toda nuestra comunicación. Nuestro logotipo es el elemento gráfico que más nos distingue, con lo cual es muy importante el minucioso cuidado y manejo de este.

Figura 25: Logotipo



Nota: Ver el Manual de Identidad Corporativa que se encuentra anexo

Contenido del Manual de Identidad Corporativa:

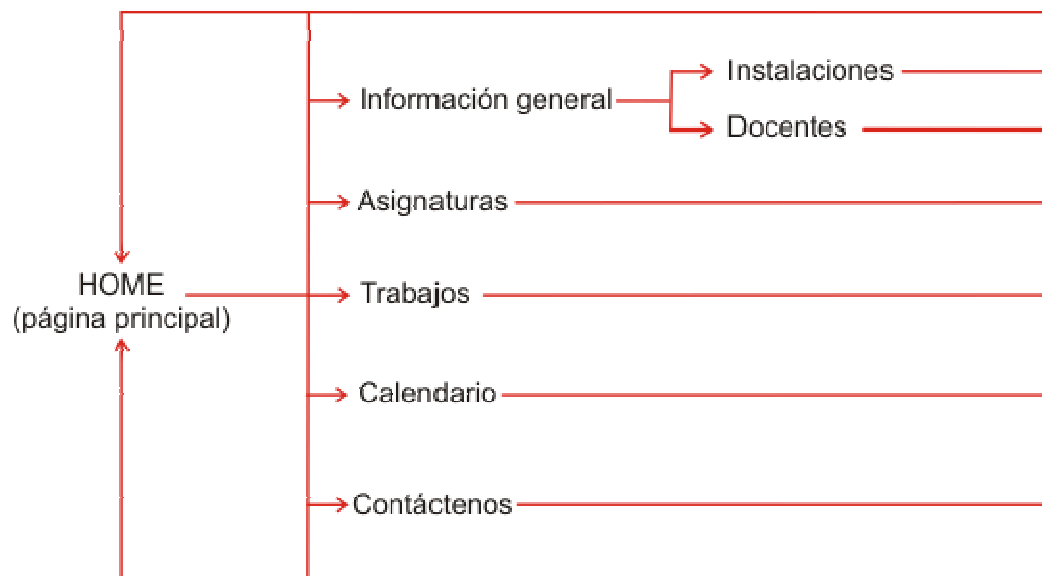
- Presentación
- Índice
- Introducción
- Logotipo - Racional
- Logotipo - Full color
- Rought
- Logotipo - Versión en positivo
- Logotipo - Versión en negativo
- Logotipo - Versión en fondo negro
- Logotipo - Versión en blanco y negro
- Área De Protección
- Pauta Constructiva
- Ubicación - Logotipo
- Tamaño Mínimo
- Tamaño del Logotipo
- Usos Incorrectos

- Expresión Visual
- Tipografía
- Color
- Composición
- Imágenes
- Aplicación
- Papelería
- Sitio en Internet
- Artículos Promocionales POP

5.6 WEB SITE DCG

5.6.1 Guión de Navegación o Interactivo: Mapa de navegación (ver Figura 18)

Figura 26: Mapa de Navegación



5.6.2 Características de la propuesta del Web Site: La interfaz es clara y sencilla, las páginas se cargan al instante.

- Teniendo en cuenta que el Web Site del programa Diseño de la Comunicación Gráfica es un sub. sitio de la universidad Autónoma de Occidente siempre aparece el logo de ella.
- Tiene su respectivo Copyright.
- Es una página libre de Publicidad.
- Se incluye una descripción adecuada de cada uno de los productos y servicios que se ofrecen.
- Por funcionalidad su navegación es sencilla y breve.
- La página incluye un logo como identificador del programa Diseño de la Comunicación Gráfica.
- Se cumplen los objetivos principales expuestos para el sitio Web: Divulgación y promoción del programa de Diseño de la Comunicación Gráfica.
- Se proporciona mecanismos para ponerse en contacto con el programa Diseño de la Comunicación Gráfica por si hay cualquier duda de parte del usuario.
- El sitio Web habla el mismo lenguaje que sus usuarios.

- Mantiene un buen equilibrio entre Profundidad y Anchura.
- Se ha evitado la sobrecarga informativa.
- Se ha evitado la sobrecarga de animación que saturen el Web Site.
- Muestra todos los textos de forma comprensible para el usuario.
- La metáfora visual es reconocibles y comprensibles por cualquier usuario.
- Se ha controlado el peso de la página.

5.7 RECOMENDACIONES

Como es natural en todo proyecto surgen recomendaciones finales:

- El Web Site se debe actualizar cada semana con una respectiva investigación sobre los eventos, los trabajos publicados, oportunidades laborales y demás características actualizables.
- Los mejores trabajos se actualizarían al final de cada semestre.
- La resolución recomendada para visualizar el Web Site es de 1024 x 768 Píxeles.

6. CONCLUSIONES

El proyecto y diseño final se hicieron con base a la información adquirida a lo largo de la carrera profesional, por lo cual estamos convencidos de que estamos realizando un resultado gráfico de acuerdo a las expectativas y herramientas que nos brinda la UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE en el programa de DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

El aporte de nuestro proyecto de grado es un Web Site que le hace falta al programa de Diseño De La Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma De Occidente debido a que la pagina actual tiene muchas falencias graficas y de información en general.

El Manual de Imagen Corporativa para el programa Diseño de la Comunicación Gráfica es una propuesta ideal con el fin de aumentar su reconocimiento, mayor confianza de los empleados, docentes, egresados y alumnos, mostrar las cualidades de la carrera. Su correcta aplicación es fundamental para el posicionamiento de la marca en la mente de todos los actuales y futuros usuarios.

Confirmamos que la Metáfora, la interfaz Web, la navegación entre páginas y la usabilidad son los elementos más importantes para el éxito en el resultado final de un Sitio Web, porque son los elementos que más valora el usuario final y este siempre tiene la última palabra.

El Diseño Web es un tema muy complejo, en el que no sólo intervienen procesos de Diseño Gráfico, sino que también son imprescindibles aspectos como comunicación, arquitectura de la información, navegación, usabilidad y funcionalidad en la Web, programación, estándares técnicos, teoría de la mediación y recepción, etc.

El Diseñador se encarga de construir la interfaz visual teniendo en cuenta que el usuario final tiene que ser capaz de aprender rápidamente a buscar información, productos o servicios que el necesite.

Para la creación de Web Site muy completo se necesita la integración entre programadores y Diseñadores Gráficos, para que el resultado final sea de calidad y eficiente.

Para este trabajo se buscaron muchos soportes bibliográficos y webgrafía con el fin de conseguir un buen material de apoyo, lo cual se logro. El aporte de la webgrafía es muy importante porque era hablar de Diseño en Internet y que mejor que Internet nos pueda ayudar

La página Web es “un escaparate al mundo”, y la posibilidad de ofrecer un volumen inmenso de información y divulgación. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el usuario es quien elige el camino que desea realizar y hasta dónde quiere llegar. Por esa razón, se le debe facilitar el acceso a la información, de tal manera que pueda navegar de una forma sencilla e intuitiva

Las personas que entran a la página Web de un instituto de Diseño esperan encontrar una amplia información sobre los diferentes servicios educativos, actividades, posibilidades de formación, prácticas, etc. que este ofrece. Y se le debe proporcionar esa información que demanda, ya que para hacer que la página Web sea un éxito para los estudiantes y egresados, deberá ofrecer servicios útiles para ellos y actualizaciones frecuentes para que se convierta en un medio de comunicación interactivo y bidireccional entre los alumnos y el programa

BIBLIOGRAFIA

CAPRIOTTIP. Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel, 1999. 180 p.

COCA, Antonio Fernández. Producción y diseño grafico para la Word Wide Web. Buenos Aires: Paidos, 2004. 334 p.

CORDEIRO, José Luis. Benesuela Vs. Venezuela: El Combate Educativo del Siglo. Caracas, Venezuela: Ediciones CEDICE, 1998. 220 p.

COSTA, Joan. Identidad Corporativa, CEAC. Barcelona: Barcelona, 1998. 100 p.

Desarrollo de Web Sites [en línea]. Madrid, España: Desarrollo Web, 2005. [consultado octubre 2005]. Disponible en: <http://www.desarrolloweb.com>

DOWLING, Grahame. Corporate reputations: strategies for developing the corporate brand. London: Kogan Page, 1994. 154 p.

Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta 2005. Estados Unidos: Microsoft Corporation, 2004.

Estructura del mapa de navegación del programa diseño gráfico en Arte10 [en línea]. Madrid, España: Arte10, 2005. [consultado octubre 2005]. Disponible en: <http://www.artediez.com/>

Estructura del mapa de navegación del programa diseño gráfico en ESDI [en línea]. Madrid, España: ESDI, 2005. [consultado octubre 2005]. Disponible en: <http://www.esdi.es/>

Estructura del programa de diseño gráfico de BAUED [en línea]. Madrid, España: BAUED, 2005. [consultado octubre 2005]. Disponible en: <http://www.baued.es/idiomas.htm>

Estructura organizacional de Art Center [en línea]. Estados Unidos: Art Center, 2005. [consultado septiembre 2005]. Disponible en: <http://www.academyart.edu/>

Estructura organizacional de CEI [en línea]. España: CEI, 2005. [consultado septiembre 2005]. Disponible en: <http://www.cei.es/>

Estructura organizacional de La Universidad Autónoma de Occidente [en línea]. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2005. [consultado octubre 2005]. Disponible en: <http://www.uao.edu.co>

FERRERO BARBERÁ, Marta. Internet y los Portales como Nuevo Espacio para los Medios de Comunicación [en línea]. Argentina, 2001. [consultado octubre 2005] Disponible en Internet: <http://www.Las5w.com.ar>

FLORES VIVAR, Jesús. Ciberperiodismo. Madrid: Ediciones 2010, 2001. 112 p.

FOUCHARD, Pilles. Cómo vender mas es su Web. Barcelona: Ediciones Gestion 2000 S.A, 2002. 148 p.

FRASCARA, Jorge. La Desmaterialización del Diseño. Conferencia dictada por Jorge Frascara. Guayaquil (Ecuador) - 6 de julio de 2001

LEMAY, Laura: Aprendiendo HTML 4 para web en una semana. México 1998: Prentice-Hall Hispanoamericana. 260 p.

PABLOS, Jose Manuel. La Red es Nuestra. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2001. 209 p.

PRINT, Roger. WWW.Tipografía: 300 diseños tipográficos para sitios web. México: Gustavo Pili, 1999. 148 p.

SPARKMAN, Don. Cómo vender diseño gráfico. México: Ed Ramón Llaca, 1998. 88 p.

WALLACE, Patricia: La psicología de Internet. Barcelona: Paidos, 2001. 220 p.

Web Site de Fitnyc [en línea]. Estados Unidos: Fitnyc, 2005. [consultado octubre 2005]. Disponible en: <http://www.fitnyc.suny.edu/html/dynamic.html>

Web Site de Bellas Artes [en línea]. Santiago de Cali, Colombia: Bellas Artes, 2005 [consultado enero 2006]. Disponible en: <http://www.bellasartes.edu.co>

Web Site de Fundación Academia de Dibujo Profesional [en línea]. Santiago de Cali, Colombia: Fundación Academia de Dibujo Profesional, 2005. [consultado enero 2006]. Disponible en: <http://www.fadp.edu.co>

Web Site de Pontificia Universidad Javerina Cali [en línea]. Santiago de Cali, Colombia: Pontificia Universidad Javerina Cali, 2005. [consultado enero 2006]. Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/arquidis/principal.html>

Web Site de Universidad del Valle [en línea]. Santiago de Cali, Colombia: Universidad del Valle Cali, 2005. [consultado enero 2006]. Disponible en: <http://www.univalle.edu.co/programas/pregrado/artes.html>

Web Site de Universidad Jorge Tadeo Lozano [en línea]. Santa Fé de Bogota, Colombia: Universidad Jorge Tadeo Lozano, 2005. [consultado enero 2006]. Disponible en: http://www.utadeo.edu.co/programas/pregrados/disenio_grafico/index.php

ANEXOS

- 1 Manual de Identidad Corporativa para el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, con las siguientes características:

Manual Tamaño Carta

42 Hojas Full Color

Empastado color negro - tapa dura

Carátula Full Color con solapas que protege todo el empastado

- 1 Web Site para el programa de Diseño de la Comunicación Gráfica de la Universidad Autónoma de Occidente, con las siguientes características:

Consta de 48 Páginas con animaciones e imágenes

Se encuentra en un servidor gratis

Su peso es de 2,04 MB

Se puede visitar en el siguiente link: <http://dcg.50webs.com/index.htm>

- Modelo de encuesta realizado por el Human-Computer Laboratory de la Universidad de Maryland Estados Unidos. Es uno de los centros especializados en el estudio de las reacciones ante aplicaciones de carácter interactivo. A partir de uno de sus modelos hemos creado el siguiente cuestionario enfocado a nuestras necesidades. Tomado de Producción y diseño gráfico para la Word Wide Web de Antonio Fernández Coca

MODELO DE ENCUESTA ANEXO

1. Sobre el sistema usado

1.1 Nombre del cliente / Navegador

Netscape
Internet Explorer
Mozilla
Mosaic
Otro

1.2 Tipo de equipo utilizado

Macintosh
PC
UNIX
Silicon Graphics
Otra

1.3 Experiencia – ¿desde hace cuanto trabaja con este equipo?

Menos de una hora
Entre hora y un día
entre un día y una semana
Entre uno y seis meses
Mas de un año

2. Diseño Grafico - <http://dcg.50webs.com/index.htm>

2.1 Composición

Desagradable

Agradable
Difícil de entender
Fácil de entender
NS/NC

2.2 Tipografía

Desagradable
Agradable
Difícil de entender
Fácil de entender
NS/NC

2.3 Fondo (Background)

Desagradable
Agradable

2.4 Uso del color

Desagradable
Agradable

2.5 Gráficos e imágenes

Desagradable
Agradable
Lentitud de carga
Rapidez de carga

2.6 Frames

Desagradable
Agradable

Diffícil de entender
Fácil de entender
Tamaño incorrecto
Tamaño correcto
Buen información de contenido
Mala información de contenido

2.7 Animaciones

Desagradable
Agradable
Lentitud de carga
Rapidez de carga
Abuso de animaciones
Numero correcto de animaciones